



LA BOCHORNOSA TRADUCCIÓN CON GOOGLE TRANSLATE DE LA WEB OFICIAL DE TURISMO DE SANTANDER



Por Patricia R. Blanco

Los turistas anglófonos que visiten Santander quizá piensen que al recorrer el Centro Botín conozcan una especie de museo de la piratería. La culpable es la web oficial de turismo de Santander, que traduce literalmente el apellido del famoso banquero y convierte el Centro Botín en el Loot Center o «centro del saqueo». No es el único error que contiene la página, que el Ayuntamiento de la capital cántabra, gobernado por el Partido Popular, presentó para la feria Fitur 2018. *Historic helmet* por «casco histórico» es otro de los principales horrores que los tuiteros no han tardado en detectar.

Aunque estos dos fallos ya han sido remediados, en la web, traducida en seis idiomas además del español (inglés, francés, alemán, italiano, polaco y portugués), «abundan traducciones literales, sin sentido gramatical y sintáctico o directamente sin sentido», alerta Asetrad (Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes). Según esta institución, un nativo jamás entendería «casco antiguo» por *historic helmet*, ya que el término inglés se refiere a un casco como objeto para proteger la cabeza. Otro ejemplo de literalidad es la expresión «un lugar de lo más versátil» por la inglesa *a place of the most versatile*.

Pero la prueba de que los textos españoles han sido traducidos directamente en traductores automáticos es que los errores de esta versión se repiten en otras lenguas. Por ejemplo, la descripción en español del Centro Botín contiene una repetición: «Se ha convertido en poco tiempo se ha convertido en uno de los lugares más visitados de Santander». Y el mismo fallo aparece en la versión inglesa: *The Botín Center has become in a short time has become one of the most visited places in Santander*; en la francesa: *Le Centre est devenu en peu de temps est devenu*; o en la italiana: *Il Centro è diventato in breve tempo è diventato*.

Ante las duras críticas que han lanzado el PSOE y la Izquierda Unida por los «vergonzantes» y «flagrantes» fallos de traducción, la Concejala de Cultura y Turismo de Santander, Miriam Díaz, ha defendido en un comunicado el nuevo portal turístico de la ciudad, que permite, según considera, «multiplicar los contenidos». Díaz ha justificado que no se haya encargado el trabajo a traductores profesionales por una cuestión de presupuesto, ya que usar «el mismo servicio de idiomas que utilizan múltiples webs de turismo, entre ellas, la del Gobierno de Cantabria», en alusión al traductor de Google, les ha permitido optimizar recursos.

La web de turismo de Santander se ha realizado en menos de un mes. Según informa el *Diario Montañés*, el diseño se adjudicó el 29 de diciembre de 2017, a través de un contrato menor —es decir, sin concurso público—, por un precio de 5808 euros a la empresa Creaciones Semarac S. L.

La traducción del portal turístico de Santander no ha sido la primera polémica relacionada con la Concejalía de Cultura. En 2016, uno de los logos presentados como imagen de marca de la ciudad tuvo que ser retirado ante las «dudas suscitadas sobre su originalidad», ya que era muy similar a otro de Andalucía. En septiembre del año pasado, el Partido Regionalista de Cantabria denunció que el itinerario del bus turístico estaba plagado de «errores y datos desactualizados». Por ejemplo, decía que «San Emérito», en lugar de «San Emeterio», era el patrón de Santander o seguía pidiendo el voto para la candidatura de Santander a Ciudad Europea de la Cultura en 2016.

Fuente: www.elpais.es