

Qué (no) se traduce al español en los museos de la ciudad de Nueva York. Un estudio basado en corpus

What museums in New York City (do not) translate into Spanish: a corpus-based study

Jorge Leiva Rojo

Universidad de Málaga

ONOMÁZEIN | Número especial VII – Discurso turístico, lenguas y traducción: 83-107

DOI: 10.7764/onomazein.ne7.06

ISSN: 0718-5758



Jorge Leiva Rojo: Departamento de Traducción e Interpretación. Universidad de Málaga. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5587-5064> | E-mail: leiva@uma.es

Fecha de recepción: marzo de 2020

Fecha de aceptación: mayo de 2020

Resumen

Los textos museísticos tienen una relevancia enorme a la hora de determinar el discurso que se pretende trasladar con relación a un objeto, una exposición o un museo determinado. En el caso de la traducción de estos textos, han surgido estudios relevantes en fechas recientes, si bien algunos investigadores consideran que se trata de un campo aún por explorar. El presente trabajo abunda en aspectos relativos a la traducción de los textos museísticos y, para ello, se basa en el análisis descriptivo de los registros que componen un corpus de textos traducidos procedentes de los sitios web de 26 museos de la ciudad de Nueva York. El análisis de este corpus, compilado esencialmente en dos momentos (2016 y 2020), permite apreciar en este período un aumento de más del 40 % en el volumen de palabras. En cuanto a los textos más representados en el corpus, en primer lugar se encuentra el material educativo, seguido de los comunicados de prensa y los textos que informan sobre actividades paralelas de los museos. Existe además una tendencia al predominio del contenido traducido sobre exposiciones temporales, en detrimento de textos relacionados con las colecciones permanentes, que están escasamente representadas en el corpus. Por último, a la luz del cierre generalizado de museos a mediados de marzo de 2020 motivado por la pandemia de la COVID-19, se observa que son pocos los museos que avisan del cierre en sus sitios web mediante mensajes en lengua española.

Palabras clave: textos museísticos; traducción inglés-español; estudios basados en corpus.

Abstract

Museum texts play a critical role in the discourse that accompanies any given artifact, exhibition or museum. In the case of museum text translation, some relevant contributions have appeared in recent years; however, some scholars suggest that this is a field of study that still needs to be further developed. This paper focuses on several aspects of museum text translation based on a descriptive analysis of records found on websites from 26 museums in New York City. By analyzing the corpus, which has been essentially compiled in two periods (2016 and 2020), we notice a word increase of 40% within this four-year period. As for the types of texts that are more frequent in the corpus, educational resources are at the top of the list, followed by press releases and texts informing about parallel activities. There is also a tendency for translating texts related to temporary exhibitions, as compared to texts on the museums' collections, which are scarce in the corpus. Lastly, in the light of the generalized museum closure in mid-March 2020 due to the COVID-19 outbreak, it is noticed that just a few of the museums' websites inform visitors of the closure by using the Spanish language.

Keywords: museum texts; English-Spanish translation; corpus-based studies.

1. Introducción

Existen trabajos de gran relevancia que abordan el estudio del texto museístico desde un punto de vista más general o prestando detalle a solo algunos aspectos. Una de las contribuciones más destacadas es la de Ravelli (2006), en la que su autora se refiere a los textos museísticos (*museum texts*) como dos modalidades textuales distintas: *texts as museums* y *museums as texts*. Los primeros los define como “the language produced by the institution, in written and spoken form, for the consumption of visitors, which contributes to interpretative practices within the institution” (Ravelli, 2006: 1), mientras que el museo visto como texto hace referencia a la forma en que la institución construye un significado y se comunica con su público (2006: 1-2). Digno de mención es también un trabajo anterior, a cargo de Serrell (1996), centrado sobre todo en el estudio de las cartelas que acompañan a los objetos en exposición en un museo. El papel que desempeñan las cartelas es de gran relevancia a la hora de crear “positive feelings for visitors” (Serrell, 1996: 132), afirmación que sin lugar a dudas puede aplicarse también a muchos otros textos del ámbito museístico. Sturge, por su parte, en una contribución que es también esencial, aborda entre otros aspectos la traducción en museos etnográficos aunque desde un prisma particular, puesto que para ella no es un mero procedimiento de codificación de un mensaje en otra lengua, sino que también es el proceso de trasladar un objeto de una cultura origen a otra de destino, lo que da lugar a formas de representación etnográfica que pueden ser complejas, inestables e híbridas (Sturge, 2007: 2). Igualmente, reconoce el papel relevante del texto en esta visión condicionada, al afirmar que “[i]f objects are embedded in human action, once in the museum they are also embedded in extensive texts and contexts that accumulate as the years pass” (Sturge, 2007: 132).

En lo relativo a los estudios de traducción, han surgido algunos trabajos con la traducción en el museo como trasfondo. Cabe señalar, por ejemplo, el de Guillot, quien considera que las investigaciones realizadas hasta la fecha suelen dar una visión parcial, puesto que se centran en los museos etnográficos en detrimento de los museos de bellas artes, “despite their cultural and economic prominence in the museum scene” (Guillot, 2014: 76-77). Anterior a este es un trabajo de Neather, en el que investiga sobre los procesos de traducción en el Museum of Tea Ware de Hong Kong e identifica las modificaciones de los textos traducidos como resultado de la ampliación o supresión de fragmentos del texto origen (2008: 225-226). Liao, por su parte, destaca el valor del texto en el museo, ya que ayuda a contextualizar la obra de arte o el objeto al que acompaña, y afirma que el valor “of the objects and the intended message to the visitors is more often than not manifested through the verbal interpretations provided by the museum texts such as labels, text panels, leaflets, guidebooks, etc.” (Liao, 2016: 183). Tras un período inicial en el que han ido apareciendo trabajos esporádicos sobre la traducción de los textos museísticos, algunos autores señalan que se va produciendo un lento aumento en el número de trabajos, lo que podría ser “some indication that scholarship may finally be taking a more concerted look at issues of translation provision” en entornos museísticos (Neather, 2018: 368). No obstante, como señala Liao, “[d]espite the observation that many

museums around the world now provide translation, translation practices in museums are still relatively under-researched” (2018: 46).

El presente trabajo pretende aportar información sobre los textos traducidos más habituales en los sitios web de los museos y, al mismo tiempo, sobre los que se dan con menor frecuencia. Para el análisis se toma como punto de partida una ciudad de gran relevancia museística, cultural y lingüística: la ciudad de Nueva York. El artículo que se desarrolla en las páginas siguientes se estructura como se indica a continuación. En primer lugar, se hará una breve reseña sobre algunos aspectos de interés de los museos en los Estados Unidos y en el caso concreto de la ciudad de Nueva York, al tiempo que se analizarán algunos de los trabajos más relevantes que tratan la traducción de textos museísticos en el contexto estadounidense. En el apartado tercero se describen someramente las distintas fases de compilación del corpus y las principales características de este, mientras que el apartado número 4 contiene los principales resultados de la investigación, divididos en tres subapartados: en el primero se indican los registros presentes en el corpus y el volumen de palabras contenidas en cada versión del corpus; en el segundo subapartado se enumeran los museos que están representados en el corpus, con indicación del volumen de palabras relativo, mientras que los principales tipos textuales del corpus constituyen el centro del tercer subapartado.

2. Museos y traducción inglés-español en los Estados Unidos

Es innegable que los museos son lugares de importancia capital desde el punto de vista cultural, pero también social y económico. De acuerdo con los últimos datos de que se tiene constancia, cada año se registran aproximadamente 850 millones de visitas en los museos de los Estados Unidos (American Alliance of Museums, 2017). Estas cifras tienen además un reflejo en la economía del país, ya que la actividad del sector de las artes y la cultura constituye el 4,5 % del producto interior bruto de los Estados Unidos o, lo que es lo mismo, supone un valor de 877 800 millones de dólares en un solo año (Bureau of Economic Analysis, 2020: 1). No disponemos de datos relativos a la ciudad de Nueva York, pero sí consta información a escala estatal: su valor es de casi 120 000 millones de dólares en el mismo año, lo que equivale al 7,5 % del producto interior bruto del estado de Nueva York (Bureau of Economic Analysis, 2020: 8-9). En lo que respecta al número de museos de esta ciudad, son 107 las instituciones que se integran en el Museums Council of New York City. Al sumar las cifras de asistencia anual que proporciona la mayoría de estas instituciones en el directorio de esta asociación (Museums Council of New York City, 2020), se obtiene una cifra total de más de 49 millones de visitas al año solo en esta ciudad. Si bien estos datos deben tomarse con la debida cautela —además de museos, se incluyen la New York Public Library y algunos sitios históricos, jardines botánicos y parques zoológicos—, no cabe duda de la relevancia de los museos en la ciudad de Nueva York. Sirva además el siguiente dato para resaltar la importancia de esta ciudad en el circuito museístico internacional: en Nueva York se encuentra el cuarto museo dedicado al arte más visitado del mundo, The Metropolitan Museum of Art (Sharpe y Da Silva, 2020: 3), con 6,4 millones de

visitantes en el año 2019. De acuerdo con esta misma publicación (2020: 15), tres museos más de esta ciudad se encuentran entre la lista de los cien más visitados del mundo: son concretamente The Museum of Modern Art, el Solomon R. Guggenheim Museum y el Whitney Museum of American Art, que ocupan las posiciones 31.^a, 52.^a y 74.^a de la lista, respectivamente.

En lo que respecta a la situación concreta de la traducción de textos museísticos en los Estados Unidos, con especial referencia a la combinación inglés-español, la cifra de trabajos localizados no es excesivamente alta. Uno de los trabajos destacados es el de Valdeón, quien analiza la traducción (o la ausencia de ella) en algunos museos de los Estados Unidos. En su caso, su concepto de traducción atiende a una doble perspectiva, puesto que adopta un concepto amplio de traducción como proceso de transferencia histórica y cultural, y, también, se basa en una concepción más restringida de “translation as linguistic/cultural transformation” (Valdeón, 2015: 363). En el segundo de los sentidos, analiza una serie de museos al aire libre, edificios históricos y parques nacionales de ambas costas de los Estados Unidos, con el objetivo de analizar si se traducen los textos en estos museos y a qué lenguas, además de conocer si la traducción, o su ausencia, “contributes to the creation of a narrative of English and, later American, colonial expansion in North America” (Valdeón, 2015: 365). Valdeón observa que es infrecuente encontrar traducciones de estos textos en Nueva Inglaterra, mientras que sí son más habituales las traducciones (sobre todo al español) en los estados de Florida y California (2015: 369). En cualquier caso, cuando se traducen textos al español, su calidad es habitualmente muy deficiente, con numerosos errores gramaticales y ortográficos. En un trabajo posterior (Leiva Rojo, 2018a), por su parte, se analizaron 14 pares de textos traducidos (inglés-español) procedentes de museos de la ciudad de Nueva York, con objeto de estudiar fundamentalmente la calidad de la traducción de unidades fraseológicas. Se advierte en este trabajo no solo que la traducción de la fraseología podía ser manifiestamente mejorable, sino que, en líneas generales, los textos traducidos analizados presentan numerosos errores de muy diversa índole (Leiva Rojo, 2018a: 13).

En otro orden de cosas, el trabajo de Martin y Jennings (2015) sobre el Children’s Discovery Museum of San Jose (California) menciona las acciones puestas en marcha para atraer al museo a la comunidad latina del condado de Santa Clara. Un aspecto esencial en la estrategia desarrollada consistió en contar con material en lengua española. Los esfuerzos dieron sus frutos, puesto que la comunidad latina pasó a suponer el 20 % de los visitantes del museo (Martin y Jennings, 2015: 84-85). En una segunda fase se pretendió además atraer a la comunidad vietnamita de San José, lo que conllevó además la traducción de textos a este idioma. Como resultado, son muchas las comunicaciones (exposiciones incluidas) que a fecha de hoy realiza este museo en tres idiomas: inglés, español y vietnamita. El enfoque de este museo, según el cual la comunicación multilingüe es una manera de llegar a un público más amplio, no es un caso único en los Estados Unidos, como se puede extraer de un trabajo sobre las políticas multilingües de los museos de ciencias tanto de ese país como en el contexto internacional (García-Luis y otros, 2011). Si bien es un estudio relativo a un tipo de museo específico —que también

está representado en el corpus que se estudia en el presente artículo—, los datos que arroja son de interés para nuestros objetivos. Por ejemplo, de las respuestas procedentes de 111 museos estadounidenses se desprende que solamente el 10 % traduce todo o gran parte de su material a una segunda lengua, mientras que en los museos encuestados de fuera de los Estados Unidos esta cifra es mucho mayor, un 55 %. En lo que respecta a la lengua extranjera a la que más se traduce, el predominio del español es incontestable entre los museos estadounidenses, pues supone el 92 % de los casos. En cuanto a los textos que se traducen más, a la cabeza se encuentran las cartelas y los textos de exposiciones (78 % de los casos), seguidos de material publicitario, textos de programas educativos y material para docentes y voluntarios. Con respecto a las principales motivaciones, resumen los autores del estudio que en esencia los museos estadounidenses pretenden “to make most or all exhibits or programs accessible to a range of audiences” (García-Luis y otros, 2011: 7), aunque también hay un propósito de llegar a públicos específicos que normalmente no reciben un tratamiento adecuado. En cuanto a las dificultades que conlleva la traducción, el 70 % de los museos señala como principal obstáculo el no disponer de suficientes recursos económicos o de personal (2011: 24).

3. Descripción del corpus

Como se ha mencionado al principio del trabajo, uno de los objetivos del presente estudio es comparar un corpus de textos museísticos traducidos en dos momentos: 2016, el año en que se compiló por primera vez, y tras su última ampliación, realizada en el mes de abril de 2020. Este corpus se denomina *MUSA* por ser la suma de *museums* y *USA*, y se le acompaña del año para indicar la versión (16 o 20, respectivamente). El corpus mencionado pretende recoger todos los textos alojados en los sitios web respectivos de los museos de la ciudad de Nueva York que estén redactados en lengua inglesa y se encuentren traducidos a la lengua española. Se trata de un corpus de índole especializada que es multilingüe de tipo A, es decir, está integrado por “[s]ource texts in one language plus translations into one or more other languages” (McEnery y Hardie, 2012: 19). Adicionalmente, es un corpus paralelo (inglés-español), eminentemente unidireccional (Frankenberg-García, 2009: 59) y alineado en el nivel de la oración (Faya Ornia, 2015: 352).

La compilación del corpus se ha llevado a cabo en cuatro fases esenciales¹. En la primera de ellas, identificación de los museos y localización de los textos, se tomó como base para la búsqueda el índice alfabético de una prestigiosa guía de viajes de la ciudad de Nueva York (Wright, 2015: 599-600). En dos ocasiones se visitaron los sitios web de los 77 museos identificados —en 2016 y 2020— y se buscaron textos en lengua española en primer lugar, para

1 Para una descripción en profundidad de las fases de diseño, compilación y explotación del corpus, véase Leiva Rojo (2018b).

intentar localizar posteriormente los textos originales en lengua inglesa correspondientes. Habida cuenta de los escasos resultados obtenidos mediante la navegación de los sitios web, se recurrió a la búsqueda avanzada de Google, para poder localizar textos en páginas web de cada museo que incluyeran alguna de estas palabras: *Spanish*, *español* y **español*². El recurso a la búsqueda avanzada, si bien precisa de una gran inversión de tiempo porque exige revisar manualmente todos los resultados y descartar los que no proceden³, ha permitido que el corpus tenga un número de registros y un volumen de palabras considerables.

La segunda fase consistió en la normalización gráfica (o digitalización) y el almacenamiento de los registros. Los 304 registros procesados en total para cada subcorpus, inglés y español, se encontraban originariamente en tres formatos posibles, y, en función del formato en cuestión, se han tenido que llevar a cabo operaciones específicas de normalización gráfica. El formato que menos problemas de normalización presenta, DOC, ha sido con mucho el menos frecuente, ya que solo se encuentra en el 1 % del total de registros. El siguiente formato en cuanto a dificultad de procesamiento, HTML, corresponde al 54 % de los registros. En este caso, ha sido necesario copiar el texto en un archivo DOC, lo que ha conllevado algunas complicaciones de normalización por haber en ocasiones texto no copiable —como se verá más adelante—, amén de que el texto se encontraba frecuentemente repartido entre diversas páginas web. Por último, el formato que implica dedicar más tiempo de normalización, el de los archivos en PDF, ha supuesto un 45 % del total. En estos casos, al pegar el texto en un archivo DOC se producían problemas de formato por la inserción de marcas de párrafo en oraciones sin concluir, lo que ha precisado revisar manualmente todos los registros, aunque se ha podido hacer de forma semiautomática mediante la creación de una macro. Adicionalmente, se han detectado algunos registros en los que había texto que no se podía copiar, por estar contenido en una animación Flash (como sucedía en seis registros en formato HTML) o por formar parte de imágenes (como ocurría en numerosos archivos en formato PDF). En estos supuestos fue necesario recurrir al programa Microsoft OneNote, que permite extraer el texto contenido en imágenes, para posteriormente revisarlo y copiarlo en un archivo DOC.

-
- 2 Se decidió incluir *español* en previsión de que pudiera haber casos en los que no se hubiera escrito con la eñe correspondiente, como efectivamente sucedió en seis registros del corpus. Igualmente, para la actualización del corpus de 2020 se decidió sumar a las palabras de búsqueda *Castilian* y *castellano*; mientras que la primera palabra no produjo ningún resultado, en el caso de *castellano* sí permitió localizar tres registros para el corpus.
 - 3 No todos los resultados obtenidos con la búsqueda avanzada contenían en realidad texto en español susceptible de integrarse en el corpus. A modo de ejemplo, se citan tres resultados de la búsqueda avanzada en el Whitney Museum of American Art que no eran pertinentes: “Palace Roof Garden presented vaudeville acts that varied from exotic *Spanish* dancers to bicycling jugglers and tightrope walkers”, “I was born in France and have lived in New York City since I was three. I am trilingual: hablo *Español*, Français, and English” y “Con mucho gusto, che mo’ va a Barcellona e parla solo *Espanol*, e il Fede si spaparanza in barca” (sin cursiva en los originales).

La tercera fase, de alineación, consistió en dos procesos: el primero, de alineación manual por párrafos comparando en todo momento los dos registros que habrían de componer cada bitexto (el registro del subcorpus en lengua inglesa y su correspondiente en la lengua española). Se han seguido, por lo tanto, las indicaciones de autores como Zanettin (2012: 156), quien considera que de esta manera el segundo procedimiento, la alineación por oraciones, presentará menos problemas, como efectivamente ha sucedido. Para la alineación en el nivel oracional el programa que mejor resultado ha dado es ABBYY Aligner 2.0 (ABBYY Software, 2011), por lo que es el que mayoritariamente se empleó para la compilación de *MUSA16* y el único programa de alineación utilizado en la actualización de 2020. Una vez realizada la alineación con el programa citado, ha sido necesario revisar manualmente todos los resultados, ya que, “while automatic alignment techniques provide viable results for MT purposes, the high quality needed for translation research can only be obtained through additional manual editing” (Zanettin, 2014: 193). Esto ha supuesto la revisión pormenorizada de más de 46 000 segmentos, por lo que, aunque no se trata de un procedimiento especialmente complejo, sí ha precisado de una inversión de tiempo considerable, ya que el proceso de alineación ha llevado varias semanas de trabajo.

Para la cuarta y última fase, de compilación y gestión del corpus, se han empleado dos programas. En primer lugar, se ha recurrido a SDL Trados Studio 2017 (SDL Group, 2016) para importar todos los archivos resultantes de la alineación —esto es, cada uno de los bitextos, que se encuentran en formato *TMX*— a una única memoria de traducción. Seguidamente, se ha cargado la memoria resultante en Sketch Engine (Kilgarriff y otros, 2014), herramienta de análisis textual para la consulta de corpus textuales.

4. Resultados

En los subapartados que siguen se muestran los resultados más relevantes del análisis del corpus. En concreto, se hará alusión al volumen de palabras y número de registros del corpus, a los museos que están presentes en él —y si ha habido variaciones en el número de palabras en el intervalo entre 2016 y 2020— y a los tipos textuales presentes en el corpus, tanto los más habituales como los que se dan con menor frecuencia.

4.1. Número de registros y volumen de palabras del corpus

La consulta del corpus en sus dos fases de compilación arroja los siguientes resultados. En primer lugar, la primera versión del corpus (*MUSA16*) presenta un total de 178 registros, cifra que supone un incremento de 27 registros con respecto a las cantidades expresadas en trabajos previos —caso de la investigación citada anteriormente (Leiva Rojo, 2018b)—. Este aumento se debe a que durante la ampliación del corpus en marzo y abril de 2020 se identificaron registros que, aun siendo anteriores a 2016, no se localizaron en su momento, por lo que han pasado a incorporarse a la versión primera del corpus. Igualmente, se ha decidido ampliar el intervalo

de tiempo —en la primera versión se decidió acotar el período a 1999-2016— e incluir todos los textos que se localizaran, con independencia de su antigüedad —el más antiguo localizado se remonta a 1991—. En lo relativo al volumen de *MUSA16*, el subcorpus en lengua inglesa contiene 477 371 palabras, mientras que el de lengua española cuenta con 534 271 palabras.

En cuanto a los datos que arroja la segunda fase de compilación del corpus, el corpus *MUSA20* cuenta con 304 bitextos, por lo que se han incorporado en esta nueva fase 126 registros. En lo que respecta al número de palabras que tiene cada subcorpus ahora, el subcorpus inglés de *MUSA20* cuenta con 763 753 palabras, mientras que en el caso del subcorpus español de *MUSA20* se asciende a 844 473 palabras. En ambos casos, suponen estas cifras un aumento de volumen en cada subcorpus de aproximadamente el 40 %, cifra que se considera muy positiva y quizás mayor de lo esperado en un principio. Estos datos se muestran en la tabla 1, en cuya columna situada más a la derecha figura, además, la diferencia en número de palabras entre las dos fases de compilación del corpus.

TABLA 1

Recuento de palabras de los subcorpus inglés y español desglosado por fases de compilación.
Fuente: elaboración propia

	Palabras en <i>MUSA16</i>	Palabras en <i>MUSA20</i>	Diferencia 2016-2020
Subcorpus inglés	477 371	763 753	+286 382 (+40 %)
Subcorpus español	534 271	844 473	+310 200 (+41 %)

4.2. Museos presentes en el corpus

En lo concerniente a los museos que integran el corpus, como se ha comentado anteriormente, se han realizado búsquedas en los sitios web de 77 museos. De esta cifra, se han localizado textos en 26 museos, esto es, un 35 % del total de las instituciones que componen el listado de Wright (2015). En la tabla 2 se indica el volumen de palabras que aporta cada museo a las dos versiones del corpus⁴. De la observación de la tabla referida se pueden extraer algunas

4 Los recuentos de palabras que se muestran en la tabla 2 corresponden a los textos en lengua inglesa. Téngase en cuenta, además, que la suma de todas las palabras del total de museos en cada versión del subcorpus inglés (*MUSA16* y *MUSA20*) supone un desfase de palabras con respecto a las cantidades totales indicadas en la tabla 1. Este desfase, aunque mínimo —según los datos de la tabla 1, hay 92 palabras menos en *MUSA16* y 129 menos en *MUSA20*—, tiene su razón de ser en que, cuando se importan los archivos *TMX* a una única memoria de traducción para su consulta en Sketch Engine, en caso de que haya dos segmentos idénticos solo se conserva uno en la memoria importada. Para obtener más información sobre esta situación, véase Leiva Rojo (2018b: 68).

conclusiones de relevancia para este trabajo. En primer lugar, y a pesar del número relativamente alto de museos que integran el corpus, el grueso de palabras procede solo de unos pocos museos. En este sentido, llama la atención que, de los 26 museos, 14 ofrezcan cifras inferiores a las 10000 palabras; dicho de otro modo, el material traducido a la lengua española de cada uno de estos museos en su sitio web tiene menor extensión que este artículo. Hay otro hecho que es llamativo también: el museo situado en la primera posición, The Museum of Modern Art, aporta por sí solo más del 23 % de las palabras de la versión de 2020 de *MUSA*. Adicionalmente, si al primero de la lista se suman los cuatro siguientes —National Museum of the American Indian, American Museum of Natural History, New-York Historical Society y Whitney Museum of American Art—, el número de palabras de estos cinco museos supone prácticamente el 70 % del volumen total del corpus. Se ignoran los motivos exactos por los que estos museos son los que más material traducido tienen en sus sitios web, pero el número de visitantes (y el respectivo peso que tendrán las visitas de público hispanohablante) podría guardar relación. Nos basamos para ello en el hecho de que, de los cinco primeros museos de la tabla 2, tres se encuentran entre los más visitados del mundo: The Museum of Modern Art y el Whitney Museum of American Art ocupan los puestos 31.º y 74.º respectivamente en cuanto a los museos de arte más visitados en el año 2019 en todo el mundo, como se comentó en el apartado 2 (Sharpe y Da Silva, 2020: 15), mientras que el American Museum of Natural History fue el segundo museo más visitado de los Estados Unidos en el mismo período según el *2019 theme index and museum index* (TEA y AECOM, 2019: 93).

TABLA 2

Museos que componen *MUSA* (subcorpus inglés), desglosado en número de palabras según la versión del corpus. Fuente: elaboración propia

MUSEO	2016	2020	VARIACIÓN
The Museum of Modern Art	115 728	178 949	+63 221
National Museum of the American Indian	109 520	128 010	+18 490
American Museum of Natural History	72 911	90 262	+17 351
New-York Historical Society	67 302	67 797	+495
Whitney Museum of American Art		65 727	+65 727
The Metropolitan Museum of Art	27 281	60 429	+33 148
El Museo del Barrio	12 424	40 614	+28 190
The Frick Collection	10 763	34 424	+23 661
Queens Museum	10 965	21 574	+10 609
Brooklyn Museum	16 410	19 723	+3313
Solomon R. Guggenheim Museum	15 418	17 742	+2324
Museum of the City of New York		12 979	+12 979

American Folk Art Museum	7991	7991	
Dyckman Farmhouse Museum	330	3187	+2857
The Skyscraper Museum	3016	3016	
Museum of Jewish Heritage	2848	2848	
New York Hall of Science	444	2568	+2124
The Jewish Museum	1031	2267	+1236
Museum of Arts and Design	2008	2008	
Nicholas Roerich Museum	431	431	
The Bronx Museum of the Arts		377	+377
The Tenement Museum	368	368	
The Isamu Noguchi Foundation and Garden Museum		256	+256
The New York City Police Museum	187	187	
National September 11 Memorial & Museum	87	87	
Mount Vernon Hotel Museum & Garden		61	+61

En segundo lugar, si se contrastan los datos de *MUSA* en 2016 con los de 2020 que se muestran en la tabla 2 se puede apreciar, de una parte, que hay ocho museos (sombreados en color naranja en la tabla) en cuyos sitios web no se han incorporado traducciones a la lengua española en el período de cuatro años analizado. La mayoría de estos museos, por lo demás, se encuentra en la mitad inferior de la tabla, es decir, son museos que no aportan *per se* un volumen considerable de palabras al corpus. En el sentido opuesto, destacan tres museos del total de dieciocho que incorporan textos traducidos en el período 2016-2020. Se trata de The Museum of Modern Art, el Whitney Museum of American Art y The Metropolitan Museum of Art: cada uno de estos tres museos no solo suma en 2020 un número destacado de palabras traducidas, sino que también son responsables entre los tres de más de la mitad de palabras que se han añadido a esta última versión del corpus.

En tercer lugar, en la tabla mencionada se han señalado en color verde los cinco museos que se han incorporado a *MUSA* por primera vez en la versión de 2020 porque en 2016 no contaban con traducciones al español en sus sitios web. Son en concreto el Whitney Museum of American Art, el Museum of the City of New York, The Bronx Museum of the Arts, The Isamu Noguchi Foundation and Garden Museum y el Mount Vernon Hotel Museum & Garden. Su relevancia en cuanto al volumen de palabras que aportan al corpus es muy dispar: mientras que tres de ellos tienen una aportación mínima desde el punto de vista cuantitativo —suman menos de 700 palabras entre los tres—, en el extremo opuesto se encuentra el Whitney Museum of American Art. Las más de 65 000 palabras traducidas que añade a *MUSA* hacen que, en solo

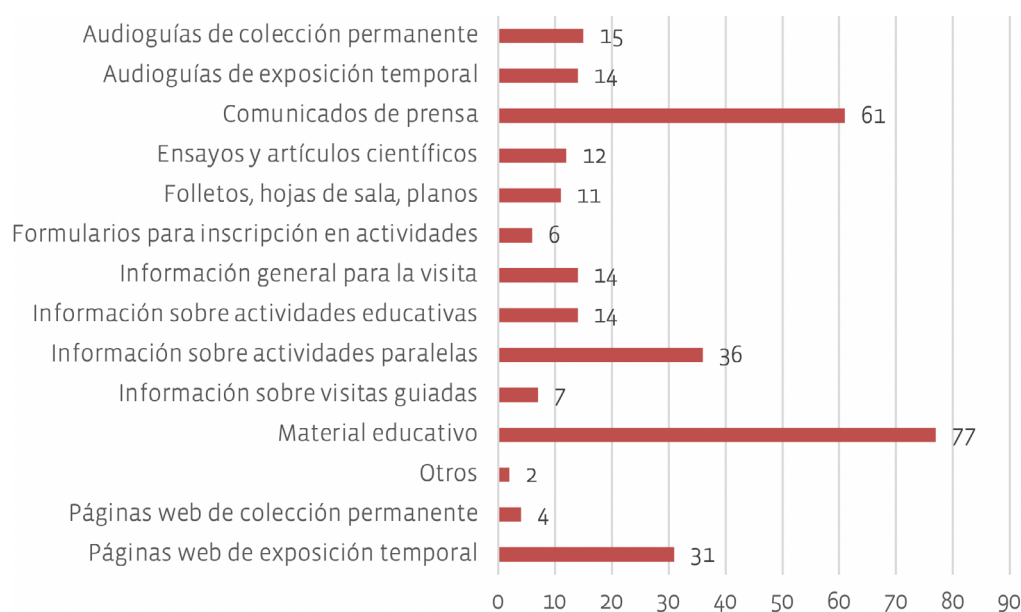
cuatro años, este museo haya pasado de no estar representado en el corpus a ser el quinto por volumen de palabras.

4.3. Tipos textuales presentes en el corpus

En lo que respecta a los tipos textuales que están presentes en *MUSA*, para los fines de este trabajo nos centraremos en el primer concepto de *textos museísticos* que menciona Ravelli (2006). Entendemos por texto museístico, por lo tanto, “labels, extended texts, wall texts, catalogue entries, brochure descriptions” (Ravelli, 2006: 1; cf. también Jiang, 2010: 110), así como “accompanying material, catalogues and school resource packs” (Sturge, 2007: 159). No obstante, teniendo en cuenta que este trabajo se basa en un corpus integrado por textos localizados en sitios web de museos, también podemos incluir aquí otros textos que, como menciona Sturge, “can be presented in formats other than labels” (2007: 33). Se puede tratar, entre muchos otros, de hojas de sala, comunicados de prensa, vídeos o audioguías (cf. Liao, 2018: 47); de todos ellos se encuentran ejemplos en *MUSA*, en algunos casos en gran número, como se puede ver en la figura 1.

FIGURA 1

Géneros de textos presentes en el corpus. Fuente: elaboración propia



4.3.1. Material educativo

Según se aprecia en la figura 1, el género textual más representado en el corpus en cuanto a número de registros es el material educativo, con un 25,3 % del total del corpus. De los 304 registros del corpus, 77 pertenecen a este tipo, si bien están dirigidos a públicos muy distintos.

En este sentido, 31 registros de esta categoría son textos que sirven de apoyo a profesores para su actividad docente tanto dentro como fuera del museo. Les siguen muy de cerca los textos destinados a niños y familias, con 30 registros en total, ideados en la mayoría de los casos para involucrar a niños de corta edad en actividades lúdicas durante la visita al museo (localizar obras de arte, conocer animales o plantas, o aprender sobre culturas y civilizaciones mediante vídeos o juegos). La tercera categoría más numerosa es el material educativo para estudiantes (10 registros), que normalmente supone una materialización del planteamiento didáctico presente en el contenido desarrollado para los docentes. Es necesario indicar, además, que, del total de 77 registros, 14 tienen como objeto principal facilitar la accesibilidad de los contenidos a personas con diversidad funcional física o intelectual.

Esta cifra tan alta de textos con una finalidad claramente educativa está en la línea de la relevancia que tiene la accesibilidad de los contenidos para muchos museos en la actualidad, como señalan Jiménez Hurtado y otros (2012: 354-355). Asimismo, es preciso indicar que el material educativo presente en *MUSA* procede de doce museos distintos, esto es, de casi la mitad de museos que hay en el corpus. Hay textos, entre otros, de El Museo del Barrio (20 registros), el National Museum of the American Indian (19), The Museum of Modern Art (15) y el American Museum of Natural History (9). Destaca, además, el caso de The Isamu Noguchi Foundation and Garden Museum, institución que se incorpora al corpus en la versión de 2020, como se ha comentado, y lo hace con un único registro, una pequeña guía con actividades para la visita en familia⁵.

En lo relativo al museo que cuenta con más registros de material educativo, El Museo del Barrio, que se ubica en el barrio de East Harlem, el desarrollo de programas educativos bilingües en inglés y español es uno de sus objetivos, como consta en el apartado “Mission” de su sitio web: “[t]hrough its extensive collections, varied exhibitions and publications, bilingual public programs, educational activities, festivals and special events, El Museo educates its diverse public in the richness of Caribbean and Latin American arts and cultural history” (El Museo del Barrio, 2020). Según señala Levitt, este museo “began life as a culturally specific museum, located in what was an overwhelmingly Puerto Rican neighborhood, but which is now home to people from all over North and South America and to increasing numbers of U.S.-born whites” (Levitt, 2015: 81). En cualquier caso, al comprobar los datos más recientes del censo de los Estados Unidos, se aprecia que la mayoría de habitantes del código postal en que radica El Museo del Barrio sigue siendo hispana, pues supone el 42,8 % del total (Statistical Atlas, 2018a), muy por encima de la media de la ciudad de Nueva York. Tanto la filosofía de esta

5 Se indica a continuación el resto de museos que cuentan con material educativo en *MUSA20*: New York Hall of Science (3 registros), Dyckman Farmhouse Museum (2), The Metropolitan Museum of Art (2), New-York Historical Society (2), Queens Museum (2), Museum of Jewish Heritage (1) y Solomon R. Guggenheim Museum (1).

institución como el entorno urbano en que se encuentra, suponemos, tienen por lo tanto un peso importante en el enfoque lingüístico de El Museo del Barrio.

4.3.2. Comunicados de prensa

El segundo tipo textual más frecuente en el corpus, los comunicados de prensa, supone el 20,1 % del total de registros. Tal y como afirman Kotler y otros, los comunicados de prensa “are the basic tool for communicating with the media” (2008: 290). El hecho de que sea un tipo de texto frecuentemente traducido en MUSA puede deberse en parte a que los comunicados de prensa son una forma de publicidad gratuita (cf. Lazzeretti, 2016: 38), por lo que es un medio idóneo para dar a conocer entre el público hispanohablante las exposiciones y demás actividades que realizan los museos. Adicionalmente, el hecho de que, del total de 61 comunicados de prensa de MUSA, 27 de ellos (un 44,2 %) se hayan producido en los últimos cuatro años podría apuntar a una relevancia cada vez mayor de este tipo de texto como herramienta de comunicación por parte de los museos. Hay, además, otros aspectos destacados en el estudio de los comunicados de prensa del corpus. En primer lugar, el número elevado de museos que aportan registros de este tipo de texto, 11 del total de 26 que hay en MUSA⁶. En segundo lugar, algunos museos ofrecen por sí solos datos llamativos. Tal es el caso de The Metropolitan Museum of Art, en el que 16 del total de 31 registros de este museo en MUSA —es decir, más de la mitad— son comunicados de prensa. Aunque con un número menor de comunicados en términos absolutos, también llama la atención otro museo, el Museum of the City of New York, cuyos 12 registros en el corpus son todos comunicados de prensa. En el caso de este museo, es llamativo además el enfoque al que recurre en cuanto a la traducción de textos, ya que en prácticamente todas las páginas de su sitio web incorpora en la esquina superior derecha un botón para traducción automática al español, francés, chino mandarín, japonés, coreano y portugués —con una calidad muy pobre a simple vista, al menos en cuanto a la lengua española—, mientras que solamente recurre a la traducción humana en algunos comunicados de prensa: de los 34 comunicados que hay, siete están traducidos al español y chino mandarín, mientras que cinco se han traducido solamente al español. Se puede apuntar, por lo tanto, a un interés de este museo por cuidar más los textos que se difundirán entre los medios de comunicación, mientras que se opta por la traducción automática en los textos que encontrarán los posibles visitantes en el sitio web del museo.

6 Los museos que cuentan con comunicados de prensa en MUSA son los siguientes: The Metropolitan Museum of Art (16 registros), Museum of the City of New York (12), The Museum of Modern Art (12), El Museo del Barrio (6), Solomon R. Guggenheim Museum (6), The Frick Collection (4) y, con un registro cada uno, Brooklyn Museum, Museum of Arts and Design, Museum of Jewish Heritage, The Tenement Museum y National Museum of the American Indian.

4.3.3. Textos con información sobre otras actividades

El tercer tipo de texto que se da con mayor frecuencia, con 36 registros, es el que proporciona información sobre actividades paralelas, esto es, charlas, proyecciones de películas, conciertos y demás actividades de diversa índole, que habitualmente no guardan relación con la temática propia del museo. Estos textos suponen un 11,8 % del total de registros del corpus, y son ocho los museos que están representados⁷. Destaca de forma indiscutible el Queens Museum, que se ubica en el parque Flushing Meadows Corona Park, en el distrito de Queens, y recibe al año a más de 250 000 visitantes (Queens Museum, 2015). 22 registros, prácticamente dos tercios del total de esta categoría, proceden de esta institución, y en cada registro, además, se da cuenta de decenas de actividades. El número tan alto de registros de este museo relacionados con actividades ajenas a las meramente expositivas está muy en consonancia con la filosofía del museo. El Queens Museum no aspira a atraer a residentes de otras zonas de Nueva York o a turistas que habitualmente visitan museos solamente en Manhattan, sino que más bien pretende volcarse en el barrio en que se encuentra. La forma de conseguirlo es “[b]y supporting the community’s artists and social and cultural institutions, by creating art installations on neighborhood streets, and by inviting community members to use the museum as a place to hold events, celebrations, and political meetings” (Levitt, 2015: 78). Y en este sentido, la traducción (en este caso al español) desempeña un papel fundamental: no solamente llama la atención que, del total de 25 registros del Queens Museum, 22 de ellos ofrezcan información en español sobre actividades paralelas, sino también que al traducir este tipo de texto se pretende conseguir que quienes *per se* no serían el público del museo finalmente se acerquen a él —de forma similar a como se ha intentado llevar a cabo en el caso mencionado anteriormente del Children’s Discovery Museum of San Jose (Martin y Jennings, 2015)—. Por este motivo, el Queens Museum da relevancia a la comunicación en español, pero no solo, pues cuenta con material educativo para niños en inglés y, al menos, español, bengalí y chino mandarín, además de braille; asimismo, se imparten cursos y talleres habitualmente en español, chino mandarín y coreano, y, de forma esporádica, en árabe, bengalí, croata, hindi, nepalés, persa, portugués y tibetano (Queens Museum, 2019, 2020). Con esta filosofía de servir a la comunidad, de acuerdo con Tom Finkelpearl (director de esta institución desde 2002 hasta 2014), este museo ha hecho “way more for immigrants than any other museum in America” (Finkelpearl, citado en Levitt, 2015: 78). En efecto, las actividades que organiza el Queens Museum pretenden ser un reflejo de la gran variedad de etnias que habitan Queens, un distrito en el que se hablan al menos 138 idiomas (cf. Solnit y Jelly-Schapiro, 2016: 192-193) y que es, además, “one of the most multi-ethnic and multilingual counties in the nation. An estimated

7 Se trata del Queens Museum (22 registros), El Museo del Barrio (3), New-York Historical Society (3), The Museum of Modern Art (2), National Museum of the American Indian (2), New York Hall of Science (2), American Museum of Natural History (1) y Brooklyn Museum (1).

46 percent of the 2.2 million residents are foreign-born, and 56 percent speak English less than ‘very well.’ More than half of those aged five and older speak a language other than English at home” (Salomone, 2010: 46).

En el caso concreto del barrio de Corona, justo donde se encuentra el Queens Museum, las cifras que ofrece la Oficina del Censo de los EE. UU. son aún más llamativas: el 72 % por ciento de su población es de origen hispano, casi el triple de la media del total de la ciudad de Nueva York, que es del 26,7 %. Si se analizan estos datos por conjuntos de manzanas o *block groups*, se aprecia que hay incluso 11 conjuntos de manzanas en los que el porcentaje de hispanos es superior al 90 % (Statistical Atlas, 2018b). En lo que respecta a las lenguas —con datos referidos al Queens community district 3, que incluye los barrios de Jackson Heights y North Corona—, el 82,7 % de los habitantes de este distrito habla en su hogar una lengua distinta al inglés, mientras que la media en Nueva York es del 30,55 % (U.S. Census Bureau, 2018). La relevancia que, según se desprende del análisis del corpus, otorga el Queens Museum a la realización de actividades en lengua española (lo que se ve reflejado en las traducciones al español que se realizan) se corresponde con la importancia de esta lengua en el distrito: el 72 % de niños de 5 a 17 años habla español en casa, cifra que baja 10 puntos porcentuales, hasta el 62 %, en el caso de los mayores de 18 años (U.S. Census Bureau, 2018). No obstante, en ambos casos supera con creces la media de toda la ciudad de Nueva York, donde el español es la lengua hablada en los hogares de alrededor del 15 % de los hablantes.

4.3.4. Tipos de textos menos traducidos

En lo que respecta a los tipos de textos menos traducidos, son cuatro las categorías de las que se localizan menos de diez registros en el corpus: “Información sobre visitas guiadas” (7 registros de 6 museos), “Formularios para inscripción en actividades” (6 registros), “Páginas web de colección permanente” (4 registros) y “Otros”, con solo 2 registros, uno con la descripción de objetos de la tienda del Museum of Jewish Heritage y el otro con información para ofrecer en alquiler una exposición organizada por el New York Hall of Science. En cuanto a la penúltima de las categorías que se acaban de mencionar, llama la atención el escaso número de registros traducidos con información sobre la colección permanente, con solo 4 registros, 3 de ellos procedentes de The Metropolitan Museum of Art y el otro de The Museum of Modern Art. No obstante, es conveniente sumar a estos registros los 15 de la categoría “Audioguías de colección permanente”, que contienen transcripciones de audio (y de un vídeo) relativas a la descripción de piezas de las colecciones permanentes de cuatro museos: The Frick Collection, The Metropolitan Museum of Art, The Museum of Modern Art y Whitney Museum of American Art, por lo que, en realidad, 19 registros de dos tipos de textos se ocupan de las colecciones permanentes de los museos. En oposición a estas cifras, de las exposiciones temporales de los museos se localizan, de una parte, 31 registros de páginas web y 14 de transcripciones de audioguías, por lo que la cifra total ascendería a 46 registros. Podría decirse *a priori* que, ante la necesidad de decidir un museo qué contenidos traducir, lo razonable debería ser traducir

aquellos contenidos que vayan a perdurar en el tiempo, y no cabe duda de que estos son los pertenecientes a las colecciones permanentes. Sin embargo, esta superioridad en el número de registros traducidos sobre exposiciones temporales puede deberse a que estas exposiciones desempeñan un papel crucial en la actividad de los museos, ya que, entre otros aspectos, repercuten positivamente en los ingresos de los museos —no solo captan más visitas, sino que también en ocasiones los visitantes deben desembolsar una cantidad adicional para poder ver la exposición temporal—, permiten atraer a nuevos grupos de visitantes y dan visibilidad a los museos en los medios de comunicación (Frey, 2019: 93). Esto podría suponer por lo tanto que la preponderancia que dan los museos a la traducción de material de exposiciones temporales forme parte de una estrategia adecuadamente planificada. En este sentido, si se observan los nueve registros que hay en *MUSA* relacionados con exposiciones temporales celebradas en el año 2019, se aprecia que cinco de ellos son de algunas de las exposiciones más visitadas en todo el mundo durante ese año⁸. Proporcionar material traducido para estas exposiciones temporales es evidentemente una herramienta con un valor educativo indiscutible, pero también puede ser un medio para atraer a más visitantes.

4.3.5. Textos con información general sobre la visita

El último tipo de texto al que se va a hacer referencia en el presente artículo no es de los más frecuentes en el corpus *MUSA* ni tampoco se suele encontrar información detallada sobre él en los trabajos científicos que se han consultado, pero no por ello deja de ser interesante. Nos estamos refiriendo a las secciones de los sitios web en las que se aporta información general sobre la visita, con detalles sobre horario, precio de las entradas, servicios que ofrece el museo —audioguías, restauración, datos de accesibilidad, etc.— y cómo poder llegar al museo. A pesar de que esta información es crucial para facilitar la visita, tan solo se han podido localizar 14 registros en *MUSA*⁹. Ello no es óbice para que esta información no aparezca en más registros del corpus —así sucede, por ejemplo, en multitud de comunicados de prensa del corpus, ya que este tipo de textos suele incluir esta información (Lazzeretti, 2016: 136)—, si bien los

8 Nos referimos en concreto a tres exposiciones del Whitney Museum of American Art —Andy Warhol - from A to B and Back again; Whitney Biennial 2019; y Programmed: Rules, Codes, and Choreographies in Art, 1965-2018—, una del Brooklyn Museum —Frida Kahlo: Appearances can be Deceiving— y una del National Museum of the American Indian —Taíno: Native Heritage and Identity in the Caribbean—. Estos datos se han extraído de un listado con las 700 exposiciones más visitadas en todo el mundo durante el año 2019 en función del número de visitantes por día (Sharpe y Da Silva, 2020: 8-13).

9 Los museos de donde proceden estos registros son los siguientes: The Museum of Modern Art y The Jewish Museum (ambos con tres registros cada uno); Whitney Museum of American Art (con dos registros), y, con un registro en cada caso, El Museo del Barrio, The New York City Police Museum, Nicholas Roerich Museum, Queens Museum, Solomon R. Guggenheim Museum y The Frick Collection.

datos para la visita en muchos de estos casos no se encuentran fácilmente localizables para el posible visitante. Destaca, en primer lugar, que hay tres museos (The Jewish Museum, The New York City Police Museum y Nicholas Roerich Museum) cuyos únicos textos con traducciones al español que están en el corpus pertenecen a esta categoría. En este caso, por lo tanto, aunque el número de palabras traducidas que hay en los sitios web de estos museos es muy reducido, al menos se proporciona la información esencial para poder facilitar la visita al museo, lo que debería ser uno de los objetivos de este canal de comunicación.

Una situación que también resulta llamativa es la ausencia general de agilidad que muestran los museos a la hora de traducir en sus sitios web mensajes relevantes para la comunidad. Tal es el caso de la situación motivada por la pandemia de la COVID-19, que conllevó el cierre de los museos de la ciudad de Nueva York en los días siguientes al 12 de marzo de 2020 (Pogrebin y Cooper, 2020).

ILUSTRACIÓN 1

Aviso en inglés y español del cierre de El Museo del Barrio por la COVID-19. Fuente: El Museo del Barrio

TEMPORARY CLOSURE

In the interest of ensuring the safety of our community,
El Museo del Barrio is temporarily closed.

CIERRE TEMPORAL

Con el interes de garantizar la seguridad de nuestra
comunidad El Museo del Barrio esta cerrado temporalmente.

Todos los museos que componen el corpus salvo uno¹⁰ avisan en inglés del cierre en sus respectivas páginas de inicio, mientras que son muy contadas las ocasiones en las que esta información se ofrece traducida, y en todos los casos el español es la única lengua a la que se traducen los avisos. Los dos museos que incluyen información al respecto en español son el Whitney Museum of American Art y El Museo del Barrio (cf. ilustración 1). Adicionalmente, dos museos más, The Museum of Modern Art y el MoMA PS1, si bien no especifican las razones en español (sí lo hacen en inglés), avisan que el museo no abre en el día en que se consulta el sitio web (véase ilustración 2), mientras que la New-York Historical Society informa del cierre del museo en una de las actividades dirigidas mayoritariamente a un público hispanohablante.

10 El museo en cuestión es el Queens Museum, que, no obstante, sí informa en cada una de las actividades previstas de su cancelación por el cierre del museo como consecuencia de la pandemia.

ILUSTRACIÓN 2

Información en español sobre el cierre del museo. Fuente: The Museum of Modern Art

MoMA
11 West 53 Street, Manhattan
Cerrado hoy

Aunque no se trate de información para la visita traducida a la lengua española, también queríamos hacer alusión aquí a dos museos que, ante el cierre de sus instalaciones con motivo de la COVID-19, han mostrado un esfuerzo adicional por hacer llegar material educativo al público hispanohablante creando recursos en lengua española. Se trata de The Bronx Museum of the Arts y The Museum of Modern Art. El primero ha incluido en la sección “The Bronx Museum at Home” dos vídeos en lengua española, uno a modo de visita guiada de una exposición temporal y el otro con un taller sobre creación de *collages*. Por su parte, The Museum of Modern Art el 20 de marzo de 2020 puso en su sitio web un enlace —que contiene “a few drawing, writing, audio, and close-looking activities” (Frisch y otros, 2020a)— para poder realizarlas en casa con niños de más de seis años. Tan solo unos pocos días más tarde, el 1 de abril, ya se encontraba disponible una selección de estas actividades traducidas a la lengua española (Frisch y otros, 2020b), por lo que este bitexto se ha podido incorporar a la versión actualizada del corpus *MUSA*.

5. Conclusiones

En el presente trabajo se ha recurrido a un corpus electrónico, paralelo y alineado, compuesto por textos de 26 museos de la ciudad de Nueva York escritos originariamente en lengua inglesa y traducidos a la lengua española. Este corpus, denominado *MUSA*, se comenzó a compilar en el año 2016 y se ha realizado una actualización en el año 2020 para localizar nuevos registros. Cuenta con textos que abarcan el período comprendido entre 1991 (año al que corresponde el texto más antiguo localizado) y 2020. Las cifras totales que arroja el análisis del corpus son significativas, ya que entre los dos subcorpus (inglés y español) suman más de 1,6 millones de palabras. Además, si se contrastan los datos de la versión más reciente del corpus con la inicial, se advierte un notable aumento en el número de registros, pues en un período de solo cuatro años se han incorporado 126 registros nuevos. El número de palabras del corpus, como consecuencia, también ha aumentado, y lo ha hecho de forma drástica, en más del 40%. Aunque no hay certeza absoluta de las razones que han motivado este aumento —podría aducirse, por ejemplo, que con el paso del tiempo los textos en los sitios web de los museos pueden dejar de estar accesibles—, podría deberse a que los museos deben de ser cada vez más conscientes de la relevancia que tiene la traducción y de la utilidad de hacer que la información esté a disposición de los posibles visitantes en sus sitios web.

Con respecto a los museos presentes en el corpus, de los 77 museos consultados cuentan con traducciones al español en su sitio web un tercio de ellos, 26, encabezados por The Museum of Modern Art. Esta cifra, *a priori* positiva, debe matizarse. Si se analizan las palabras que aporta cada museo al corpus, se advierte que los cinco primeros museos suponen por sí solos casi el 70 % de palabras del corpus, por lo que la presencia de bastantes museos en el corpus es meramente testimonial. De la comparación de los dos momentos del corpus se extrae que los ocho museos que no han incorporado textos traducidos en el período 2016-2020 son, además, de los que menor presencia tienen en el corpus en términos absolutos. En el lado contrario, la mayoría de museos (18) incorpora algún texto traducido en la versión de MUSA de 2020, aunque de nuevo de manera desigual. De los cinco museos que aparecen por primera vez en el corpus tras la actualización de 2020, destaca especialmente el Whitney Museum of American Art, que ha pasado de no estar en MUSA16 a ocupar la quinta posición por volumen de palabras en MUSA20.

En lo tocante a los tipos textuales más presentes en el corpus, se sitúa a la cabeza el material didáctico —uno de cada cuatro textos del corpus forma parte de esta categoría—. De estos datos se desprende que los museos presentes en el corpus dan relevancia a la intención educativa a la hora de traducir textos al español, ya que en casi la mitad de los museos hay al menos un registro traducido con una clara finalidad didáctica. Cuantitativamente, el museo que cuenta con más registros de este tipo textual es El Museo del Barrio, que se encuentra situado en un barrio de mayoría hispana. En líneas generales, se advierte también en los museos cierta preocupación por atender a personas con diversidad funcional física o intelectual.

La segunda categoría más numerosa es la de los comunicados de prensa, con un drástico incremento en los últimos cuatro años. Esto se puede interpretar como una muestra del interés de los museos en hacer llegar a los medios de comunicación información en español sobre sus actividades, ya que constituye una inmejorable ocasión de obtener publicidad gratuita. El museo que cuenta con más comunicados de prensa en el corpus MUSA es The Metropolitan Museum of Art, con 15 comunicados, prácticamente la mitad del total de los registros de este museo en el corpus.

Los textos que proporcionan información sobre actividades paralelas del museo constituyen el tercer tipo más frecuente en el corpus. En este caso, destaca el alto número de registros procedentes de un solo museo, el Queens Museum, pues suponen dos tercios del total de los registros de esta categoría. En la filosofía de este museo está la intención de servir a la comunidad del barrio donde se ubica (de aplastante mayoría hispana), en lugar de atraer a turistas o residentes de otras zonas de Nueva York, y no cabe duda de que la traducción al español es vital para que el mensaje pueda llegar a su público potencial.

Por último, en lo que respecta a los tipos de textos con un número menor de registros en el corpus, es llamativa la escasez relativa de registros relacionados con las colecciones permanentes de los museos, sobre todo si se compara con los textos referidos a exposiciones temporales. Si bien aquellos textos deben de ser más perdurables, puesto que las colecciones

se alojan continuamente en los museos, quizá se quiera primar la traducción de contenidos de exposiciones temporales porque estas permiten atraer a nuevos públicos, al tiempo que suelen suponer un aumento de los ingresos y una mayor visibilidad mediática.

En líneas generales, puede decirse que en lo que respecta a los museos de la ciudad de Nueva York presentes en el corpus la traducción de sus textos a la lengua española es una actividad de relevancia. Para ello nos basamos en el volumen absoluto del corpus, en el aumento del volumen de palabras tan significativo en tan solo cuatro años y, a título individual, en la presencia más que destacada de algunos museos, que presentan numerosos textos traducidos. Igualmente, en cuanto a la tipología de los textos traducidos, la finalidad educativa parecer ser prioritaria para estas instituciones —con casos llamativos en los que el público objetivo es el que habita en el vecindario del museo en cuestión—, aunque también se aprecia un interés por parte de los museos por dar a conocer sus actividades y exposiciones mediante el recurso a los comunicados de prensa. En oposición a esto es preciso señalar la escasa capacidad de reacción que muestran los museos estudiados a la hora de traducir comunicaciones urgentes: ante la situación de cierre de museos motivada por la pandemia de la COVID-19, han sido contados los casos en los que los museos han recurrido al español para dirigirse al visitante hispanohablante.

El presente estudio muestra una visión de la traducción de textos museísticos que, aunque exhaustiva, no deja de ser parcial, no solo por su limitación geográfica, sino también por atender únicamente a los textos disponibles en los sitios web de los museos, de manera que queda fuera del análisis todo el material que traducen los museos y solo se muestra en sus sedes respectivas: hojas de sala, folletos, planos del museo, etcétera. No obstante lo anterior, lo expuesto en estas páginas puede ser de utilidad para varios fines. Desde el punto de vista de la museología, por ejemplo, permite tomar conciencia de la relevancia de la traducción como elemento clave para incluir a visitantes de otra comunidad lingüística. Desde el punto de vista de los estudios de traducción, por su parte, conocer que en el contexto geográfico estudiado aquí el material educativo y los comunicados de prensa son los dos tipos de textos más traducidos aporta información valiosa para, entre otros, la formación de futuros traductores. En lo relativo a líneas futuras de investigación, y con la idea de hacer que este estudio sea lo más amplio posible, se plantea la conveniencia de extender su alcance geográfico —analizando el contexto estadounidense, pero también contrastándolo con países hispanohablantes—, así como incluir textos traducidos que no aparecen en los sitios web, para lo que será necesario poder contar con el apoyo de museos que puedan facilitar estos textos y sus traducciones.

6. Bibliografía citada

ABBYY SOFTWARE, 2011: *ABBYY Aligner 2.0*, Milpitas: ABBYY Software.

AMERICAN ALLIANCE OF MUSEUMS, 2017: “Museum facts” [<http://ww2.aam-us.org/about-museums/museum-facts>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS, 2020: “Arts and cultural production satellite account, U.S. and States 2017” [<https://www.bea.gov/system/files/2020-03/acpsa0320.pdf>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

EL MUSEO DEL BARRIO, 2020: “History” [<https://www.elmuseo.org/history-mission/>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

FAYA ORNIA, Goretti, 2015: “Propuesta de clasificación de corpus textuales” en María Teresa SÁNCHEZ NIETO, Susana ÁLVAREZ ÁLVAREZ, Verónica ARNÁIZ UZQUIZA, María Teresa ORTEGO ANTÓN, Leticia SANTAMARÍA CIORDIA y Rosa FERNÁNDEZ MUÑOZ (eds.): *Metodologías y aplicaciones en la investigación en traducción e interpretación con corpus*, Valladolid: Universidad de Valladolid, 339-356.

FRANKENBERG-GARCIA, Ana, 2009: “Compiling and using a parallel corpus for research in Translation”, *International Journal of Translation* 21 (1-2), 57-71.

FREY, Bruno S., 2019: *Economics of art and culture*, Cham: Springer [doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15748-7>].

FRISCH, Cari, Elizabeth MARGULIES y Sara BODINSON, 2020a: “Art-making activities families can do at home” en *The Museum of Modern Art* [<https://www.moma.org/magazine/articles/254>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

FRISCH, Cari, Elizabeth MARGULIES y Sara BODINSON, 2020b: “Actividades artísticas para familias para hacer en casa” en *The Museum of Modern Art* [<https://www.moma.org/magazine/articles/272>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

GARCIA-LUIS, Veronica, Hugh McDONALD y Laura HUERTA MIGUS, 2011: *Multilingual interpretation in science centers and museums*, Washington, D. C. y San Francisco: Association of Science-Technology Centers y Exploratorium.

GUILLOT, Marie-Noëlle, 2014: “Cross-cultural pragmatics and translation: the case of museum texts as interlingual representation” en Juliane HOUSE (ed.): *Translation: A multidisciplinary approach*, Nueva York: Palgrave Macmillan, 73-95 [doi: https://doi.org/10.1057/9781137025487_5].

JIANG, Chengzhi, 2010: “Quality assessment for the translation of museum texts: Application of a systemic functional model”, *Perspectives: Studies in Translatology* 18 (2), 109-126 [doi: <https://doi.org/10.1080/09076761003678734>].

JIMÉNEZ HURTADO, Catalina, Claudia SEIBEL y Silvia SOLER GALLEGO, 2012: “Museos para todos: la traducción e interpretación para entornos multimodales como herramienta de accesibilidad universal”, *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 4 (4), 349-383 [doi: <https://doi.org/10.6035/monti.2012.4.15>].

KILGARRIFF, Adam, Vít BAISA, Jan BUŠTA, Miloš JAKUBÍČEK, Vojtěch KOVAŘ, Jan MICHELFEIT, Pavel RYCHLÝ y Vít SUCHOMEL, 2014: “The Sketch Engine: ten years on”, *Lexicography* 1 (1), 7-36 [doi: <https://doi.org/10.1007/s40607-014-0009-9>].

KOTLER, Neil G., Philip KOTLER y Wendy I. KOTLER, 2008: *Museum strategy and marketing: Designing missions, building audiences, generating revenue and resources*, San Francisco: John Wiley & Sons.

LAZZERETTI, Cecilia, 2016: *The language of museum communication: A diachronic perspective*, Londres: Palgrave Macmillan [doi: <https://doi.org/10.1057/978-1-137-57149-6>].

LEIVA ROJO, Jorge, 2018a: “Phraseology as indicator for translation quality assessment of museum texts: A corpus-based analysis”, *Cogent Arts & Humanities* 5, 1-16 [doi: [10.1080/23311983.2018.1442116](https://doi.org/10.1080/23311983.2018.1442116)].

LEIVA ROJO, Jorge, 2018b: “Diseño y compilación de corpus paralelos alineados: dificultades y (algunas) soluciones en el ejemplo de un corpus de textos museísticos traducidos (inglés-español)”, *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas* 13, 59-73 [doi: <https://doi.org/10.4995/rlyla.2018.7912>].

LEVITT, Peggy, 2015: *Artifacts and allegiances: How museums put the nation and the world on display*, Oakland: University of California Press.

LIAO, Min-Hsiu, 2016: “Translating time and space in the memorial museum”, *Translation Spaces. A multidisciplinary, Multimedia, and Multilingual Journal of Translation* 5 (2), 181-199 [doi: <https://doi.org/10.1075/ts.5.2.02lia>].

LIAO, Min-Hsiu, 2018: “Museums and creative industries: The contribution of Translation Studies”, *The Journal of Specialised Translation* 29, 45-62.

MARTIN, Jenni, y Marilee JENNINGS, 2015: “Tomorrow’s museum: Multilingual audiences and the learning institution”, *Museums and Social Issues* 10 (1), 83-94 [doi: <https://doi.org/10.1179/1559689314Z.00000000034>].

McENERY, Tony, y Andrew HARDIE, 2012: *Corpus linguistics: Method, theory and practice*, Cambridge: Cambridge University Press.

MUSEUMS COUNCIL OF NEW YORK CITY, 2020: *Membership directory 2020*, Nueva York: Museums Council of New York City [https://www.museumscouncil.org/uploads/7/1/8/1/7181837/museums_2020.pdf, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

NEATHER, Robert, 2008: “Translating tea: On the semiotics of interlingual practice in the Hong Kong Museum of Tea Ware”, *Meta* 53 (1), 218-240 [doi: <https://doi.org/10.7202/017984ar>].

NEATHER, Robert, 2018: “Museums, material culture, and cultural representation” en Sue-Ann HARDING y Ovidi CARBONELL CORTÉS (eds.): *The Routledge handbook of translation and culture*, Nueva York: Routledge, 361-378 [doi: <https://doi.org/10.4324/9781315670898>].

POGREBIN, Robin, y Michael COOPER, 2020: “New York’s major cultural institutions close in response to coronavirus”, *The New York Times*, 12 de marzo de 2020 [<https://www.nytimes.com/2020/03/12/arts/design/met-museum-opera-carnegie-hall-close-coronavirus.html>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

QUEENS MUSEUM, 2015: “Fun facts” [<http://www.queensmuseum.org/wp-content/uploads/2015/12/Fun-Facts.pdf>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

QUEENS MUSEUM, 2019: “Queens Museum launches Cities of Tomorrow Art Lab: A new interactive space” [<https://queensmuseum.org/2019/04/cities-of-tomorrow-art-lab>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

QUEENS MUSEUM, 2020: “New New Yorkers” [<https://queensmuseum.org/new-new-yorkers>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

RAVELLI, Louise J., 2006: *Museum texts: Communication frameworks*, Londres y Nueva York: Routledge [doi: <https://doi.org/10.4324/9780203964187>].

SALOMONE, Rosemary C., 2010: *True American: Language, identity, and the education of immigrant children*, Cambridge (Massachusetts) y Londres: Cambridge University Press.

SDL GROUP, 2016: *SDL Trados Studio 2017*, Maidenhead: SDL Group.

SERRELL, Beverly, 1996: *Exhibit labels: An interpretive approach*, Walnut Creek: AltaMira Press.

SHARPE, Emily, y José DA SILVA, 2020: “Art’s most popular. Exhibition and museum visitor figures 2019”, *The Art Newspaper* 29 (322), 1-15.

SOLNIT, Rebecca, y Joshua JELLY-SCHAPIRO, 2016: *Nonstop metropolis: A New York City atlas*, Oakland: University of California Press.

STATISTICAL ATLAS, 2018a: “Race and ethnicity in ZIP Code 10029, New York” [<https://statisticalatlas.com/zip/10029/Race-and-Ethnicity>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

STATISTICAL ATLAS, 2018b: “Race and ethnicity in Corona, New York, New York” [<https://statisticalatlas.com/neighborhood/New-York/New-York/Corona/Race-and-Ethnicity>], fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

STURGE, Kate, 2007: *Representing others: translation, ethnography and the museum*, Manchester: St. Jerome.

TEA y AECOM, 2019: *2019 theme index and museum index: The global attractions attendance report* [<https://aecom.com/content/wp-content/uploads/2020/07/Theme-Index-2019.pdf>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

U.S. CENSUS BUREAU, 2018: “Census reporter profile page for NYC-Queens Community District 3--Jackson Heights & North Corona PUMA, NY” en *American Community Survey 5-year estimates* [<http://censusreporter.org/profiles/79500US3604102-nyc-queens-community-district-3-jackson-heights-north-corona-puma-ny/>, fecha de consulta: 2 de agosto de 2020].

VALDEÓN, Roberto A., 2015: “Colonial museums in the US (un)translated”, *Language and Intercultural Communication* 15 (3), 362-375 [doi: <https://doi.org/10.1080/14708477.2015.1015351>].

WRIGHT, Carol von Presentin, 2015: *Blue guide New York*, Londres: Somerset.

ZANETTIN, Federico, 2012: *Translation-driven corpora: Corpus resources for descriptive and applied Translation Studies*, Londres: Routledge.

ZANETTIN, Federico, 2014: “Corpora in Translation” en Juliane HOUSE (ed.): *Translation: A multidisciplinary approach*, Nueva York: Palgrave Macmillan, 178-199 [doi: https://doi.org/10.1057/9781137025487_10].