

ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITÀ di BOLOGNA

SCUOLA DI LINGUE E LETTERATURE, TRADUZIONE E  
INTERPRETAZIONE  
SEDE DI FORLÌ

CORSO di LAUREA IN

MEDIAZIONE LINGUISTICA INTERCULTURALE (Classe L-12)

ELABORATO FINALE

Localizzazione di alcune pagine del sito [http://www.eataly.net/it\\_it/](http://www.eataly.net/it_it/)

CANDIDATO

Irene Rizzoli

RELATORE

Maria Soledad Aguilar Domingo

Anno Accademico 2014/2015

Sessione prima

## **Indice**

Introduzione.....	pag. 2
1 Descrizione del sito.....	pag. 3
2 Analisi del testo di partenza.....	pag. 4
3 Strumenti utilizzati.....	pag. 7
4 La traduzione.....	pag. 8
5 Commento alla traduzione e strategie traduttive.....	pag. 26
Conclusioni.....	pag. 30
Bibliografia e sitografia.....	pag. 31

## INTRODUZIONE

Lo scopo del presente elaborato finale relativo al corso di Laurea Triennale in Mediazione Linguistica Interculturale è di presentare una proposta di traduzione dall'italiano allo spagnolo di alcune pagine del sito internet di Eataly.

L'idea di tradurre parte di questo sito mi è venuta durante una cena presso Eataly a Bologna, luogo che frequento spesso e che mi affascina per la genuinità e la qualità dei suoi prodotti. Ho dunque deciso di coniugare questa mia passione per il cibo, in particolare per l'offerta culinaria di Eataly, con l'interesse per la traduzione che l'università mi ha permesso di coltivare in questi tre anni. Questa esperienza è stata estremamente utile perché mi ha dato la possibilità di mettere in pratica alcune strategie traduttive e conoscenze teoriche che ho appreso nel corso dei miei studi. Inoltre, mi ha permesso di arricchire il mio bagaglio culturale relativo all'ambito enogastronomico e scoprire molte curiosità riguardanti Eataly che non conoscevo.

Il mio lavoro si sviluppa in cinque capitoli. Il primo capitolo è dedicato alla descrizione del sito web, per fornire una panoramica generale di come esso è strutturato, e alla spiegazione della scelta di tradurre determinate pagine. Il secondo capitolo si incentra sull'analisi del testo di partenza: mi sono basata sulla classificazione delle tipologie testuali della studiosa Katharina Reiss per individuare le funzioni del testo che ho deciso di tradurre; in seguito, ho utilizzato i fattori di analisi enunciati da Christiane Nord, ovvero i fattori esterni al testo e quelli interni, per fornire un'analisi ancora più dettagliata del testo di partenza, operazione fondamentale per effettuare una traduzione consapevole e precisa. Nel terzo capitolo illustrerò gli strumenti utilizzati, quindi Catscradle 3.4 e i testi paralleli. Successivamente, presenterò la mia proposta di traduzione della pagine scelte e concluderò il lavoro con un commento alla traduzione che mette in luce i punti in cui ho riscontrato difficoltà e spiegherò quali strategie traduttive ho adottato. In questo ultimo capitolo presterò particolare attenzione alle barriere culturali, un importante elemento da tenere in considerazione nella traduzione di questo testo, dato che sono presenti molti prodotti culinari tipici della tradizione italiana che potrebbero essere sconosciuti a un pubblico spagnolo.

## **1. DESCRIZIONE DEL SITO WEB WWW.EATALY.NET**

In questo paragrafo descriverò la struttura del sito su cui verte il mio progetto di traduzione, per poi concentrarmi nel paragrafo successivo sull'analisi in modo più dettagliato.

L'home page presenta due sezioni in primo piano, *entra nel mondo Eataly e fai la spesa online*, che fanno anche parte del menu. Entrambe le sezioni sono caratterizzate da due immagini come sfondo di forte impatto visivo, che rappresentano rispettivamente la scritta *Eataly* che appare nell'edificio di uno degli store e alcuni scaffali contenti i prodotti in vendita. Nella parte superiore sinistra di tutte le pagine troviamo il logo con la scritta *Eataly* seguita da *alti cibi*. Nel menu troviamo le seguenti icone: *spesa online*, *eventi*, *mondo Eataly*, *magazine*, *Eatinerari e Vino Libero*. Nella prima sezione è possibile acquistare i prodotti offerti dall'azienda che comprendono non solo cibi e bevande ma anche articoli per la casa, prodotti per il corpo e libri. La seconda sezione mostra tutti gli store italiani e le varie attività organizzate in ognuno di essi, come per esempio corsi di cucina, corsi di degustazione, corsi di pasticceria, corsi per bambini, famiglie e pensionati e gite in campagna. La sezione *mondo Eataly* presenta tre finestre importanti: la prima mostra tutti i negozi Eataly del mondo, la seconda le attività organizzate per le scuole e i pensionati e la terza, chiamata *Chi siamo*, comprende una breve spiegazione delle caratteristiche di questa azienda, un manifesto con i 10 auto comandamenti che descrivono i principi cardine e la filosofia di Eataly, chi sono i loro partner e infine forniscono informazioni su come lavorare con loro o come diventare fornitori. Successivamente, troviamo la sezione *magazine*, nella quale sono presenti interviste o articoli che approfondiscono i prodotti o gli ingredienti utilizzati da Eataly; qui troviamo anche ricette sfiziose e genuine. La sezione *Eatinerari*, poi, propone al lettore cofanetti contenti varie tipologie di esperienze, da lezioni sul vino o sulla birra a una cena per due presso il ristorante di uno degli store di Eataly; tutti i cofanetti comprendono anche il libro *100 ricette della tradizione della cucina italiana*. Infine, troviamo la sezione *Vino Libero*, nella quale viene descritto il progetto dell'omonima associazione e si possono anche acquistare i vini dei produttori che ne fanno parte.

La scelta di determinate sezioni del sito internet non è stata casuale: ho individuato alcune pagine con scopi comunicativi differenti per potermi confrontare con tipologie testuali diverse, le quali comportano distinte strategie traduttive. In primo luogo, ho deciso di tradurre *Eataly è*, che mi ha permesso di farmi un'idea più precisa dell'azienda.

Successivamente, ho scelto di tradurre cinque pagine tratte dalle sezione *magazine* e più in particolare da *Eataly Racconta: Niasca Portofino, Il sale integrale, un prezioso condimento naturale, Officina Moreno Cedroni: conservati di alta qualità, I vini Bastianich e Le farine*

*biologiche del Mulino Marino*. Trattandosi di articoli che approfondiscono in maniera dettagliata temi dell'enogastronomia molto differenziati tra loro, presentano alcune difficoltà traduttive legate alla specificità del lessico utilizzato. Infine, ho scelto di tradurre due pagine tratte dalla sezione *Negozi > Eataly Torino Lingotto*; anche queste ultime sono caratterizzate da un lessico culinario specifico, ma trattandosi di presentazioni e inviti a un evento hanno caratteristiche testuali differenti.

## 2. ANALISI DEL TESTO DI PARTENZA

Prima di iniziare a tradurre è necessario analizzare il testo di partenza e le sue caratteristiche principali. Per individuare la funzione del testo mi sono attenuta al modello proposto dalla studiosa Katharina Reiss, che delinea le seguenti tipologie testuali (Munday, 2001:73):

- 1) Testi informativi: in questa tipologia di testi prevale la funzione rappresentativa. Infatti, lo scopo principale è quello di informare, di comunicare dati, notizie e conoscenze, con un'attenzione particolare al contenuto. Fanno parte di questa categoria per esempio i testi tecnici e scientifici, i reportage, articoli di cronaca e trattati.

Nella traduzione di questa tipologia testuale si devono riportare fedelmente le informazioni contenute nel testo di partenza, ricercando dunque l'invarianza sul piano del significato.

- 2) Testi espressivi, in cui l'autore esprime la propria individualità, esprime i propri sentimenti e parla delle proprie idee in modo creativo. Questa tipologia testuale si incentra sull'emittente, ovvero l'autore, e comprende biografie, romanzi, racconti, novelle, saggi e testi poetici.

Il traduttore, nel lavorare su questa tipologia di testi, deve porre particolare attenzione sugli aspetti formali e ricreare nella lingua di arrivo gli stessi effetti stilistici del testo di partenza.

- 3) Testi operativi, in cui prevale la funzione appellativa. In questa tipologia di testi l'autore usa un linguaggio dialogico e il suo obiettivo è quello di persuadere i lettori provocando in questi ultimi una determinata reazione a livello emozionale e intellettuale. Fanno parte di questa categoria i testi pubblicitari, di satira e propaganda, i discorsi elettorali, le omelie e i commenti.

Nella traduzione di tali testi, l'appello dell'emittente deve rimanere invariato e deve essere ricreato lo stesso effetto conativo che l'autore del testo originale ha voluto creare.

- 4) Testi audiomediali: per la loro piena realizzazione necessitano di supporti extralinguistici, come per esempio i mezzi di comunicazione di massa. Essi possono comprendere le tre tipologie testuali precedenti e essere di volta in volta informativi, espressivi o operativi.

La seguente tabella riassume le tipologie testuali individuate da Katharina Reiss e le rispettive strategie traduttive da applicare:

**Table 5.1** Functional characteristics of text types and links to translation methods (translated and adapted from Reiss 1971)

<i>Text type</i>	<i>Informative</i>	<i>Expressive</i>	<i>Operative</i>
Language function	Informative (representing objects and facts)	Expressive (expressing sender's attitude)	Appellative (making an appeal to text receiver)
Language dimension	Logical	Aesthetic	Dialogic
Text focus	Content-focused	Form-focused	Appellative-focused
TT should . . .	Transmit referential content	Transmit aesthetic form	Elicit desired response
Translation method	'Plain prose', explication as required	'Identifying' method, adopt perspective of ST author	'Adaptive', equivalent effect

(Munday, 2001:74)

Nel testo preso in considerazione prevalgono due funzioni: quella informativa e quella operativa. La sua funzione principale è infatti quella di presentare in modo esauriente e allo stesso tempo accattivante i prodotti offerti da Eataly e la genuinità e l'alta qualità dei prodotti, suscitando l'interesse del lettore e invogliandolo a comprarli. Non mancano però elementi di descrizione e spiegazione della storia di un determinato prodotto o di una materia prima utilizzata, per cui il testo ha anche una funzione informativa. Inoltre sono presenti caratteristiche dei testi audiomediali, come per esempio un video, che apre l'articolo *i vini Bastianich*, nella sezione *Eataly Racconta*, in cui Joe Bastianich racconta la sua storia nel mondo del vino e il suo rapporto con l'Italia, e le immagini, che svolgono un'importante ruolo nel tentativo di persuadere il lettore.

Di conseguenza, nella traduzione di questo tipo di testo si deve ricercare l'equilibrio tra il messaggio promozionale e l'aspetto informativo.

Per procedere con l'analisi del testo, seguirò i fattori di analisi enunciati da Christiane Nord (Nord, 2005:42), che mette in evidenza prima i fattori esterni al testo (emittente, intenzione, destinatario, medio e funzione) e successivamente i fattori interni (contenuto, presupposizioni, elementi non verbali, lessico e sintassi).

In questo caso, l'emittente è l'azienda Eataly, che tramite a questo sito vuole pubblicizzare vari aspetti del proprio commercio: dalla vendita di prodotti di alta qualità all'organizzazione di eventi culinari presso le varie sedi italiane di Eataly. Il destinatario è il potenziale cliente italiano che vuole acquistare i prodotti di Eataly, recarsi presso lo store della propria città per partecipare agli eventi di cucina organizzati, o semplicemente scoprire di più su questo marchio. Per quanto riguarda il mezzo e la funzione, Eataly ha scelto di creare questo sito internet per sponsorizzare i propri prodotti e permetterne l'acquisto anche a chi non vive vicino a uno degli store.

Procederò ora ad analizzare i fattori interni al testo. Il contenuto del testo comprende informazioni riguardanti la storia degli ingredienti da loro utilizzati per sottolinearne la genuinità, come per esempio la pagina dedicata alla descrizione del sale integrale, o la storia delle aziende che collaborano con loro, come per esempio la pagina dedicata al Mulino Marino, quella dedicata all'Officina Moreno Cedroni o quella sui vini Bastianich. Sono inoltre presenti menu proposti durante alcuni eventi che si tengono presso Eataly Lingotto e una descrizione di Eataly e dei suoi principi fondanti.

Per quanto riguarda le presupposizioni, Christiane Nord afferma che

As I understand it, presuppositions comprise all the information that the sender expects (= presupposes) to be part of the receiver's horizon. Since the sender wants the utterance to be understood, it seems logical that s/he will only presuppose information which the receiver can be expected to be able to "reconstruct". (Nord, 2005: 106)

Dunque, un esempio di presupposizione è costituito dall'utilizzo del termine *Tajarin all'uovo* nella pagina *In fondo al mare con Nando Fiorentini!* Non viene fornita una spiegazione di questo piatto perché, utilizzando questo termine nel menu che si propone a un evento organizzato nella sede di Eataly a Torino, ed essendo i Tajarin un tipo di pasta fresca tipica piemontese, il mittente presuppone che il lettore conosca questo piatto, non necessitando quindi di un'ulteriore spiegazione.

All'interno del sito possiamo anche trovare molti elementi non verbali, caratteristici delle pagine web, come per esempio immagini, fotografie, video, i quali, insieme a grafica e layout, contribuiscono in maniera determinante alla realizzazione della funzione persuasiva del testo.

Per quanto riguarda il lessico, esso è molto differenziato nelle varie sezioni del sito: nella pagina *i vini Bastianich*, abbiamo lessico specifico riguardante l'ambito enologico, mentre nelle pagine *Pomodori ai 4 mori!* e *In fondo al mare con Nando Fiorentini!* Troviamo lessico tipico della tradizione culinaria italiana.

Per quanto riguarda la sintassi, vengono utilizzati molti aggettivi che sottolineano la genuinità e l'alta qualità dei prodotti e la loro appartenenza alla tradizione della cucina italiana, o comunque tipica di alcune aree d'Italia:

- *Eataly ha scelto i prodotti di Officina Cedroni perché rappresentano il connubio perfetto tra qualità e praticità: materie prime eccellenti, tecniche di alta cucina e la comodità di un piatto pronto*

- *dalla famosa pasta di grano duro di Gragnano alla pasta all'uovo piemontese, dall'acqua delle Alpi Marittime al vino piemontese e veneto, dall'olio della riviera ligure di Ponente alla carne bovina di razza Fassone piemontese ai salumi e formaggi della tradizione italiana.*

Viene inoltre utilizzato il presente storico per descrivere la nascita di alcune aziende partner di Eataly:

- *Il Mulino Marino nasce nel 1956 quando Felice Marino acquista il mulino di Cossano Belbo, nel cuore delle Langhe, con le sue tre antiche macine in pietra naturale.*

- *Partendo da questa idea, nel 2003 nasce Officina: un laboratorio ad alta tecnologia per la preparazione di conservati.*

### **3. STRUMENTI UTILIZZATI**

Per realizzare la traduzione di alcune pagine di questo sito internet mi sono servita di preziosi strumenti quali i dizionari monolingue e bilingue e il dizionario spagnolo delle combinazioni Redes. Di seguito descriverò Catscradle 3.4, il programma che ho utilizzato per la traduzione e parlerò dei testi paralleli.

Il programma Catscradle 3.4 è un editor HTML utilizzato principalmente per la traduzione di pagine Web; estrae automaticamente tutto il testo da tradurre, compreso quello nascosto nel codice, evitando dunque che il traduttore alteri senza volere il codice. Per iniziare, basta cliccare sulla pagina web che si vuole tradurre con il tasto destro del mouse e cliccare su *salva con nome* e salvarla come *pagina web, completa*. Successivamente, si deve aprire il programma Catscradle 3.4 e cliccare sulla finestra in alto a sinistra *File > Apri pagina web*. A questo punto



si visualizzeranno due colonne: in quella di sinistra vi è il testo originale, quella di destra serve per la traduzione, che si può effettuare cliccandoci semplicemente sopra. Ho trovato molto utile la possibilità di lavorare con il testo a fronte, perché in questo modo mi sono potuta rendere conto in itinere della lunghezza del mio testo tradotto, parametro fondamentale nella traduzione di pagine web, dove non è possibile infatti fare ampliamenti o allungare il testo rispetto a quello di partenza. E' inoltre possibile visualizzare la pagina tradotta già in formato HTML cliccando sull'opzione *salva e visualizza pagina tradotta*. Altre due funzioni di questo programma che ho trovato molto utili sono la memoria e il glossario che si possono creare durante la traduzione e che aiutano a ridurre i tempi di lavoro perché danno la possibilità di tradurre automaticamente parole che si ripetono sistematicamente, come per esempio *home > inicio*.

Per aiutarmi durante il processo traduttivo mi sono servita inoltre di testi paralleli, che si sono rivelati uno strumento fondamentale poiché mi hanno permesso di verificare l'utilizzo o meno di certi termini. Ho utilizzato il sito web del famoso marchio di pasta *Gallo*<sup>1</sup>, quello del supermercato spagnolo *El Corte Inglés*<sup>2</sup>, il sito web di due famosi mercati di Madrid, cioè il *Mercado San Antón*<sup>3</sup> e il *Mercado de San Miguel*<sup>4</sup> e quello di un mercato di Barcellona chiamato *Mercado de la Boqueria*<sup>5</sup>. Infine, ho utilizzato un sito spagnolo in cui si vendono prodotti biologici, *Enterbio*<sup>6</sup>, dato che anche Eataly commercia e utilizza prodotti biologici. Questi testi paralleli mi sono serviti non solo per analizzare l'utilizzo di alcuni termini specifici, ma anche per alcuni termini ricorrenti nelle pagine web come per esempio l'icona *home > inicio* e per verificare se si rivolgono al cliente in modo formale utilizzando la forma del Usted/Ustedes o in maniera informale con il Tú.

#### 4. LA TRADUZIONE

---

<sup>1</sup> <http://www.pastasgallo.es/index.html>

<sup>2</sup> <http://supermercado.elcorteingles.es/supermercado/sm2/login/portada.jsp>

<sup>3</sup> <http://www.mercadosananton.com/>

<sup>4</sup> <http://www.mercadodesanmiguel.es/el-mercado/>

<sup>5</sup> <http://www.boqueria.info/index.php?lang=es>

<sup>6</sup> <http://enterbio.es/>

## Eataly es

Eataly es comer italiano, vivir italiano. Nuestro objetivo es demostrar que la alta calidad de la enogastronomía italiana está al alcance de todos.



El nombre de Eataly procede de la fusión de dos palabras: EAT, que en inglés significa "comer" e ITALY, Italia. De hecho, Eataly es Comer Italiano, pero no solamente comida italiana. Esa manera típicamente italiana de considerar la comida es el resultado de la producción agroalimentaria de la excelente cocina mediterránea, de la cultura y de la historia de la enogastronomía de Italia, de la reproducibilidad de muchos platos de origen pobre, de las influencias positivas que la cocina italiana recibió de otros países (basta pensar en el origen americano del tomate y del maíz).

El objetivo principal de Eataly es demostrar cómo los productos de alta calidad pueden estar al alcance de todos: fácilmente localizables y a precios sostenibles, pero no solo eso. Eataly quiere también mostrar las caras, los métodos de producción y la historia de las personas y de las empresas que producen la "comida de alta calidad" que representa lo mejor de la enogastronomía italiana.

La marca Eataly nace con la unión de un grupo de pequeñas empresas que trabajaban en los diferentes sectores de la enogastronomía: la famosa pasta de trigo duro de Gragnano, que en 2013 obtuvo la etiqueta IGP, la pasta al huevo de la región Piemonte, el agua de los Alpes marítimos, el vino de Piemonte y Veneto, el aceite de la Riviera de Poniente, la carne bovina de raza Fassone de Piemonte, hasta llegar a los embutidos y quesos de la tradición italiana.

Desde su creación, con la apertura en 2007 del primer punto de venta en Turín, Eataly ha propuesto lo mejor de las producciones artesanales a precios razonables gracias a la creación de una relación directa entre el productor y el distribuidor y se inspira en palabras claves como sostenibilidad, responsabilidad y compartición.

TRABAJA CON NOSOTROS



PARA SABER MÁS »

CONVIÉRTETE EN  
PROVEEDOR



PARA SABER MÁS »



## La sal integral, un valioso aliño natural

Por Eataly Cuenta



A menudo, consideramos la sal como un elemento banal y no le prestamos la atención necesaria cuando la compramos. En realidad, este aliño es un valioso aliado en cocina pero es necesario elegirlo con atención y consumirlo con moderación, para minimizar los riesgos para nuestra salud.

Un adulto en promedio debería ingerir 5g de sal cada día y en este cálculo también está incluida la sal que hay en la comida preparada, como por ejemplo pan, embutidos y quesos, es decir, alimentos que ya contienen la sal. ❖

En la Antigüedad, la sal era un elemento valioso: los Griegos la llamaban *oro blanco*, la palabra salario proviene de la paga en sal de los legionarios romanos y la antigua carretera *Salaria* había sido construida precisamente para proveer a los ejércitos de este aliño. La sal contiene muchos elementos nutritivos y es un excelente conservante para la comida y, por eso, muchas economías se han basado en ella durante siglos.



Hoy en día, desafortunadamente, la mayoría de la sal que está a la venta es sometida a procesos de refinación y blanqueamiento que la vuelven fina, blanquísima y con un sabor uniforme. Esta sal está formada casi exclusivamente por *cloruro sódico*, el elemento con más contraindicaciones para la salud, y presenta poquísimas trazas de otros minerales. Así como ha ocurrido con la harina, la búsqueda de un sabor uniforme, no natural, ha llevado a una refinación exagerada de las materias primas, con una pérdida considerable de los elementos nutritivos.

La sal marina integral se produce con el aflorar de los cristales, haciendo evaporar el agua del mar, a través de un proceso parecido a aquel que utilizaban en la Antigüedad, sin utilizar tratamientos químicos industriales. La sal integral es de color gris y conserva en su interior más minerales y oligoelementos que la

sal refinada, entre los cuales hay algunos muy importantes para nuestro organismo como potasio, magnesio, yodo, calcio y fósforo. La consistencia y el sabor de la sal marina varían según el lugar de procedencia: la *sal de Guérande* tiene un sabor sutil y delicado, la *sal roja de Hawái* es rica en hierro y la *sal de Maldon* es muy sávida y crujiente.

La sal integral se puede extraer también de canteras de formaciones cristalinas naturales que se encuentran en las montañas, como la *sal del Himalaya, de primera calidad*, que contiene más de ochenta oligoelementos y la *sal azul de Persia*, con su regusto levemente especiado.

Si elegimos una sal integral podemos reducir el consumo porque es suficiente utilizar poca para dar sabor y la justa proporción entre sus elementos nutritivos hacen que sea más sana y digestible. Gracias a la menor cantidad de sodio, la sal integral también es adecuada también para quienes sufren hipertensión y no crea retención de líquidos. Si aprendemos a utilizar en la cocina una sal diferente según lo que estamos cocinando, podemos añadir un toque de sabor, consistencia y color a cada plato.





## Los vinos Bastianich

Por Eataly Cuenta



La Bodega Bastianich produce vinos que interiorizan la historia y la tradición enológica de la región *Colli Orientali del Friuli* interpretándola de manera original, para sobresalir gracias a la complejidad, a la estructura y al equilibrio. Como enfatiza Joe Bastianich en el video de entrevista anterior, estos vinos no siguen las tendencias ni el mercado, sino que nacen para transmitir al consumidor el concepto de vino de la familia Bastianich.

La producción de vinos en *Colli Orientali del Friuli* se remonta a la época romana, cuando unos legionarios del ejército de *Julio César* se convirtieron en pacíficos colonos y empezaron a cultivar viñas. El aspecto de estas colinas no se ha transformado, a pesar del paso de los siglos, de las guerras y de las muchas dominaciones y la antigua cultura enológica ha llegado a nuestros días.

La empresa *Bastianich* se extiende sobre 35 hectáreas en dos zonas diferentes. La primera en las colinas de *Buttrio* y *Premariacco*, donde el calor procedente del mar genera vinos espesos y estructurados. La segunda se extiende por las colinas alrededor de *Cividale*, donde el bora frío que sopla durante la noche intensifica las notas aromáticas de la uva.



*Bastianich* es una empresa bastante joven, la primera vendimia se remonta al año 1997, pero en pocos años ha conseguido internacionalizarse gracias a un nuevo acercamiento al terroir.

*Vespa Bianco*, el primer vino producido por la bodega, representa perfectamente la filosofía de la empresa: es un vino blanco bien estructurado con un excelente potencial de envejecimiento, un ensamblaje de *chardonnay*, *sauvignon* e *picolit* que expresa, también a través de cepas internacionales, todas las características y los aromas del territorio.

El *Vespa Rosso* juega con el equilibrio entre cepas autóctonas e internacionales - *merlot*, *refosco*, *cabernet sauvignon* y *cabernet franc* - para calibrar potencia y elegancia.

Las otras dos cepas de la empresa llegan al equilibrio entre local e internacional a partir de un punto de vista opuesto: se interpretan las cepas autóctonas de forma original, gracias al marchitamiento de algunas uvas.

El *Plus* es un *vino de Friuli* varietal, cuyo 10% es de pasas, nace de viñedos de bajo rendimiento y de más de ochenta años. Es un vino muy complejo, con una larga persistencia, y juega con el equilibrio entre notas maduras y ácidas.

El *Calabrone* es un ensamblaje de los vinos de pasas *refosco*, *schioppettino*, *pignolo* y *merlot* y recuerda a los excelentes *Amaroni*, con sus delicados taninos y sabores concentrados.



La línea de la empresa se complementa con vinos más jóvenes y francos, los Vini Orsone, vinos varietales que representan la expresión más directa del territorio: friulano, sauvignon, ribolla gialla, pinot grigio y refosco.

Según Joe Bastianich, para entender de la mejor manera la región *Colli Orientali del Friuli*, hay que catar el *Friulano* y *Sauvignon* y también, de la misma línea Orsone, la *Ribolla Gialla*, una antigua variedad protagonista de nueva popularidad. Por otro lado, la tradición de los grandes vinos de Friuli está bien representada por el *Vespa Bianco* y el *Vespa Rosso*, que evidencian toda la potencialidad de esta región.

La familia Bastianich en 2000 compró otra propiedad, *Tenuta la Mozza*, en el corazón de la Maremma toscana... pero esa es otra historia y la contaremos en otra ocasión.



## ¡BAJO EL MAR CON NANDO FIORENTINI!

El segundo fin de semana de mayo, de sábado 9 a domingo 10, se celebrará el Festival del mar de Eataly Lingotto, una manera original de prepararse a la llegada del verano que se está acercando.

Para esta ocasión, el viernes 8 de mayo hemos pensado en proponerte un encuentro con alguien que ha convertido su pasión por el mar en su trabajo cotidiano: Nando Fiorentini.

El responsable de la Pescadería de Eataly Lingotto, Nando Fiorentini, te propondrá una degustación guiada en la que los sabores de la rica tradición gastronómica italiana se combinarán con historias, cuentos y anécdotas... ¡bajo el mar!



Nando Fiorentini llevará a Eataly Lingotto las gambas de Sanremo, los erizos de mar y la botarga de Cerdeña, los verdaderos protagonistas de la velada. Con el profesor, aprenderemos las modalidades de pesca, la procedencia y la elaboración de esta tipología de pescado.

Este evento, que tendrá lugar en Eataly Lingotto el 8 de mayo, será un curso pensado para resaltar los perfumes y sabores que el Mar Mediterráneo lleva consigo, del mar abierto a la mesa.



### Degustación

Picatostes de ricotta Seirass con carne de erizo de Cerdeña  
Picatostes de ricotta Seirass con botarga de Cerdeña  
Gamba cruda de Sanremo  
Tajarin (tallarines) al huevo con carne de erizo y botarga de Cerdeña

### Postres

Vasitos dulces de Luca Montersino

### Acompañados por

Vino de nuestras bodegas  
Pan cocido en el horno de leña de Eataly

€ 30,00

El curso de degustación será el Viernes 8 de mayo en el aula 2, en la planta baja de Eataly Lingotto a partir de las 20.00 h. ¡Reserva enseguida tu asiento!

¡Te esperamos en Eataly Lingotto!





## Las harinas ecológicas del Mulino Marino

Por Eataly Cuenta



El Mulino Marino nació en 1956 cuando Felice Marino compró el molino de Cossano Belbo, en el corazón de las Langhe, con sus tres muelas antiguas de piedra natural. Hoy, tres generaciones de la familia Marina trabajan juntas en el molino: Felice, que a pesar de sus noventa y un años todavía controla cada día sus harinas, sus hijos

Ferdinando y Flavio y sus nietos Fausto, Fulvio y Federico.

Uno de los aspectos que caracterizan el Mulino Marino es el hecho de que hace veinte años apostaron por la producción de harinas ecológicas molidas en piedras naturales, una decisión que hoy ha demostrado ser ganadora.

A partir de los años sesenta, se han impuesto en el mercado harinas cada vez más refinadas, molidas a cilindros, blanquísimas y ricas en calorías, fáciles de utilizar pero carentes de los elementos nutritivos de las capas exteriores de los granos y del germen del cereal.

Desde siempre la familia Marino ha elegido ir en contra de la corriente apostando por el molimiento en piedra de cereales antiguos molidos puros, sin hibridación ni modificación genéticas, procedentes de cultivos ecológicos.

La desconfianza inicial de una parte de los consumidores y proveedores, que consideraban el cultivo ecológico un aumento inútil de los costes, ha sido superada gradualmente y desde 2007 el molino produce exclusivamente harinas ecológicas certificadas.



Las muelas en piedra del Mulino Marino son realizadas con piedras naturales de cantera francesa, renombradas por su dureza, que se remontan al siglo XIX. A diferencia de las piedras artificiales, hay que martillearlas periódicamente a mano para alcanzar el grado justo de aspereza, siguiendo una tradición antigua que Felice le ha transmitido a sus hijos y nietos. Estas piedras giran mucho más lentamente que las artificiales y por lo tanto no recalentan los cereales y dejan las harinas vivas con fibras, vitaminas hidrosolubles y todos los oligoelementos presentes en el grano en su interior.

El molino selecciona las mejores variedades de productos ecológicos para moler: trigo blando y duro, maíz "Otto File" de Langa, centeno, trigo sarraceno, kamut, enkir, arroz, cebada, castañas y garbanzos. Se controlan todos los cereales con pruebas aleatorias cuando llegan al molino para verificar que no haya pesticidas, fitoreguladores de crecimiento y mohos de cualquier

tipo. Los cereales son molidos en pureza y esto significa que ninguno de estos cereales está contaminado por los otros y durante la elaboración y el almacenamiento no se añaden conservantes, insecticidas, aditivos químicos, enzimas, polifosfatos o lácteos.

Eataly ha elegido el Mulino Marino como socio para sus tiendas en Italia y en el mundo: el pan y la pizza son realizados con el asesoramiento de la familia Marino y utilizando exclusivamente sus productos y fermentaciones naturales.







## Niasca Portofino

Por Eatly Cuenta



El proyecto Niasca Portofino nace de la pasión de los residentes y visitantes del burgo y su objetivo es el de redescubrir las tradiciones locales, promocionando y valorizando el territorio.

Hace dos años empezó la recuperación de las tierras agrícolas abandonadas a través de un proceso complejo de limpieza y construcción de bancales, una inversión cuyo objetivo no es solo la producción, sino también la recuperación del territorio. Cinco hectáreas cultivadas de olivos, viñas, árboles frutales, cítricos y hierbas aromáticas, entre las cuales se encuentran muchas variedades autóctonas casi desaparecidas. Con los productos de esta tierra y los de otros pequeños cultivadores de esta zona, Niasca Portofino produce la limonada del Tigullio, fresca y perfumada; el vino Nostralino, producido con uvas vermentino y bianchetta genovese recolectadas manualmente; el pesto Ó Magazin, no pasteurizado, para llegar al consumidor como si estuviera recién hecho; las confituras de albaricoques, higos, limones y naranjas, el aceite y las salsas de tomate de la tradición de Liguria.

Portofino es uno de los burgos más bonitos del mundo, engastado en los arrecifes de la Riviera de Levante, meta del turismo internacional desde más de un siglo. Pero con el tiempo, esta localidad ha quedado en parte ahogada por su propio éxito, organizando todas las actividades en la sugestiva Piazzetta y descuidando las demás zonas del pueblo y el campo de los alrededores.



Por eso, Niasca Portofino ha adquirido un viejo edificio arruinado y abandonado desde hace más de veinte años y lo ha transformado en el Fondaco, el cuartel general de la empresa, a pocos minutos andando de la Piazzetta y al comienzo del paseo que sube al Monte, donde están los cultivos. Un verdadero puente entre el corazón de la vida turística y el campo, dentro del cual están las oficinas, las salas didácticas, el laboratorio de investigación, la almazara y la tienda. El edificio ha sido remodelado con la colaboración del artista inglés David Tremlett, que ha adaptado su estética geométrica a las paredes de la estructura utilizando los colores de las casas del burgo y en los interiores ha realizado dibujos site-specific precisamente para acentuar el lazo entre su obra y el lugar, que conoce y frecuenta desde muchos años.

Eataly ha elegido Niasca Portofino porque es un proyecto de valorización del territorio y de las tradiciones agrícolas, que lleva a Italia y al mundo los sabores y los perfumes de un rincón encantador de la costa de Liguria.

[Inicio](#) > [Revista](#) > [Eataly Cuenta](#) > [Officina Moreno Cedroni: conservas de alta calidad](#)

□ □ □ □

## Officina Moreno Cedroni: conservas de alta calidad

Por Eataly Cuenta





El chef Moreno Cedroni hace algunos años se propuso un objetivo ambicioso: crear recetas exquisitas con excelentes materias primas poniéndolas en envases de larga duración, sin perder sus sabores y sus aromas. De esta idea, en 2003 nació *Officina*: un laboratorio de alta tecnología para la preparación de conservas.



La *Officina* selecciona del mar los mejores productos, los elabora en recetas originales y los envasa, realizando preparados de pescados de larga duración y de alta calidad. De esta manera, la esterilización no es solo un método de conservación, sino una auténtica técnica de cocina que permite conservar los perfumes y aromas sin utilizar conservantes ni aditivos químicos. La carrera de Moreno Cedroni se caracteriza por continuos desafíos y por una gran pasión por la investigación. Abrió su restaurante *Madonnina del Pescatore* cuando tenía poco más de veinte años, inspirado por nuevas técnicas que llegaron de España a la mitad de los años noventa. Allí, inventó y sorprendió con ironía, jugando con los sabores del mar y consiguió dos estrellas Michelin. Conoce el pescado y lo interpreta a su modo, así que el sushi japonés encuentra la tradición italiana de pescado crudo y se convierte en *sushi*. En 2003 abrió *Anikò*, la

primera charcutería de pescado en todo el mundo, con su bresaola de pez espada, el San Daniele de atún y la Simmenthal de pescado.

Las primeras recetas de Moreno Cedroni que han sido envasadas son *los callos de rape*, las *sepias con guisantes*, *huevas de sepia*, la *ventresca de atún* y el *pulpo con patatas*. Con el tiempo, la línea ha incluido también jugos de pescado listos para el consumo, conservas y salsas. Todas las recetas son realizadas personalmente por el chef en cada detalle, incluso el empaquetado, que refleja la belleza de los productos que contiene.

*Eataly* ha elegido los productos de *Officina Cedroni* porque representan la unión perfecta entre calidad y comodidad: materias primas excelentes, técnicas de alta cocina y la comodidad de un plato listo para el consumo.

EATALY PRESENTA

## SEPIAS CON GUI SANTES 140G



Si tienes ganas de saborear una receta interpretada por un gran chef pero siempre tienes prisa, encomiéndate a los productos listos para el consumo de Moreno Cedroni que Eataly ha seleccionado para ti. Las sepias con guisantes son un producto realizado con sepias de alta calidad, guisantes, ajo, cebolla, un hilo de aceite de oliva extra virgen, tomate, una pizca de sal y guindilla. Es un óptimo tentempié para llevar contigo, rápido y al mismo tiempo natural.

€ 7,30

AÑADIR A LA CE

## LOS TOMATES EN EL ARTE CULINARIO DE CERDEÑA

El sábado 6 y el domingo 7 de junio en Eataly Lingotto albergaremos dos días de fiesta enogastronómica, con cursos y laboratorios didácticos, platos y menús de los restaurantes y catas de vino gratuitas. ¡El Festival del tomate está llegando a Eataly Lingotto!



La primera cita que ya puedes comprar on line y que tendrá lugar en estos dos días de fiestas es una gran cena programada para el miércoles 10 de junio, y llevará a la mesa toda la frescura y la estacionalidad de los tomates *Vanitosi* de Cerdeña [¡Reserva enseguida tu asiento!](#)



A Eataly Lingotto acudirán dos huéspedes de Cerdeña, el Letizia ristorante de Nuxis (CA) y la cooperativa Santa Margherita Terra e Sole de Pula (CA), que prepararán un colorido banquete a base de tomates, la mejor manera para prepararse para la llegada del verano.



COOPERATIVA  
**SANTA MARGHERITA**

[www.saporedisole.it](http://www.saporedisole.it)

La cooperativa Santa Marherita Terra e Sole, especializada en el cultivo y en el envasado de tomates, te presentará muchas variedades durante el evento. Durante la cena podrás conocer los tomates:

*Vanitosi*  
*Fragolino*  
*Belrosso*  
*Balente*  
*Baci di Sole*  
*Majore*  
*Coreboi*  
*Minuetto*  
*Cupido*

Muchas variedades, muchos colores y sabores diferentes: los primeros, los tomates *Vanitosi*, pueden ser color berenjena, amarillo oro, rojo fuego, verde oliva. Tienen formas diferentes, inesperadas, con jaspeados sugestivos. Son frescos, crujientes, jugosos, deliciosos y llenan las ensaladas, se combinan alegremente con los aperitivos se dejan acariciar por el aceite de oliva virgen extra. Los *Vanitosi* enriquecen los platos gourmet y la comida en general, con su variedad de colores y sabores, de una manera siempre original.

Manuele Fanutza, el chef del Letizia ristorante que podrás conocer en el pabellón Eataly en Expo durante todo el mes de mayo, te propondrá un menú a base de tomates, llevando consigo lo mejor de la cocina de la zona de Cerdeña llamada "Sulcis"



### El menú

#### Jardín en primavera

Caprese de mozzarella y tomate rojo de Pula,  
aceitunas negras picadas, milhojas de calabacines con botarga y ricotta,  
flor de calabaza rellena de sardinas y crema de berenjenas,  
tomates *Vanitosi* rellenos de crema de alcachofa espinosa,  
*vol-au-vent* con crema de calabacines y camarones

Timbal de pasta fregola con mariscos sobre velouté de tomate *Fragolino* de Pula  
pasta fregola con juliana de sepias, velouté de tomates *Vanitosi* y *Fragolino*  
y flores de ajo salvaje

Panada de cordero  
con ensalada de tomates *corazón de buey*, patatas y alcachofa espinosa

Tarte-tatin Vanitosa  
tomate *Vanitoso*, naranja sustituida a las manzanas,  
crema pastelera de naranja y almendras



La cita para comer es para el miércoles 10 de junio en la Sala 200 en el primer piso de Eataly Lingotto.  
El precio es de € 35,00. [¡Reserva enseguida tu asiento!](#)

¡Te esperamos en Eataly Lingotto!

## 5. COMMENTO ALLA TRADUZIONE E STRATEGIE TRADUTTIVE

### Scopo della traduzione

Prima di illustrare i punti in cui ho riscontrato problemi traduttivi e spiegare come ho deciso di risolverli, ritengo importante riflettere su quale sia lo scopo della traduzione.

Gli studiosi Katharina Reiss e Hans J. Vermeer hanno elaborato la *Skopostheorie*, definita come segue:

Skopos theory focuses above all on the purpose of the translation, which determines the translation methods and strategies that are to be employed in order to produce a functionally adequate result. This results in the TT, which Vermeer calls the *translatum*. Therefore, in skopos theory, knowing why an ST is to be translated and what the function of the TT will be are crucial for the translator. (Munday, 2001:79)

Applicando questa teoria alla traduzione di questo sito web, ritengo che lo scopo del testo meta sia quello di fare conoscere il marchio Eataly e la genuinità dei suoi prodotti a un potenziale

cliente spagnolo, convincendolo all'acquisto. Inoltre, un ulteriore scopo è quello di fare conoscere i prodotti della cucina italiana in Spagna. Quest'ultimo scopo non è presente nel testo di partenza, per una differenza culturale, in quanto il lettore italiano conosce già i prodotti che Eataly propone.

## **Destinatario**

Il destinatario del testo meta è un pubblico spagnolo che si vuole avvicinare alla cultura culinaria italiana, in particolare a quella proposta da Eataly. A differenza del lettore italiano, il lettore spagnolo non ha familiarità con molti cibi e ingredienti italiani. Bisogna anche considerare il fatto che Eataly si concentra su prodotti di alta qualità e genuinità, che hanno uno stretto rapporto con il territorio e le aziende italiane e che di conseguenza propone menu o ricette che si differenziano dai piatti tradizionali italiani più noti, che si potrebbero conoscere anche all'estero. Tenendo presente tutto ciò, in seguito illustrerò alcuni casi in cui è stato necessario aggiungere informazioni per permettere al lettore spagnolo di cogliere nel migliore dei modi il messaggio che l'azienda vuole trasmettere al cliente. Tuttavia, ho dovuto tenere in conto il fattore degli spazi, che in questa tipologia di testo è molto importante, e quindi non ho potuto in ogni occasione aggiungere una spiegazione a riferimenti culturali italiani.

Per quanto riguarda la scelta dell'utilizzo della persona con cui rivolgersi al lettore spagnolo, ho deciso di mantenere lo stesso stile diretto e coinvolgente del testo di partenza, utilizzando quindi la persona *Tú* o *Vosotros*.

## **Barriere culturali**

Il testo presenta molti riferimenti culturali italiani, prevalentemente dell'ambito gastronomico, non necessariamente noti ad un pubblico straniero. Vermeer definisce una barriera culturale come *la diferencia o el conjunto de diferencias entre dos culturas que se perciben como un obstáculo para la comunicación* (Witte, 2008:57). Ed è proprio in questo contesto che il traduttore svolge un ruolo fondamentale, perché non si deve limitare a fornire una traduzione letterale dei termini da una lingua all'altra, ma deve cercare di stabilire una comunicazione il più naturale possibile tra persone con culture diverse (Witte, 2008:117). In seguito mostrerò alcuni esempi di barriera culturale che ho riscontrato nel testo analizzato e tradotto in questo elaborato, e illustrerò come ho deciso di procedere con la traduzione.

- Manuele Fanutza [...] ti proporrà un menu a base di pomodori, portando con sé il meglio della cucina del Sulcis → Manuele Fanutza [...] te propondrá un menú a base de tomates, llevando consigo lo mejor de la cocina de la zona de Cerdeña llamada “Sulcis”.  
In questo caso ho deciso di utilizzare la tecnica dell’*amplificación*, ovvero *introducir precisiones no formuladas en el texto original (informaciones, paráfrasis explicativas, etc.)* (Sendebarr n°25, 2014:14). Ho ritenuto dunque opportuno aggiungere che il Sulcis è un territorio della Sardegna, perchè un lettore spagnolo potrebbe non conoscerlo e risulterebbe quindi difficile la comprensione del testo.
- Famosa pasta di grano duro di Gragnano → la famosa pasta de trigo duro de Gragnano, que en 2013 obtuvo la etiqueta Igp.  
Anche in questo caso ho applicato la tecnica dell’*amplificación*, aggiungendo informazioni riguardanti il marchio di pasta Gragnano per spiegare al lettore spagnolo perché viene considerata “famosa”, dato che in Spagna potrebbe non essere conosciuta.
- Un altro esempio di barriera culturale riscontrabile nel testo è dato dall’utilizzo del termine *Tajarin*. Come già spiegato in precedenza, i tajarin sono pasta fresca lunga all'uovo e rappresentano una delle specialità della cucina piemontese; questo termine è stato utilizzato nel testo all’interno del menu proposto in occasione di un evento culinario organizzato presso Eataly Lingotto, a Torino. Ritengo che questo termine sia stato utilizzato appositamente per sottolineare il profondo legame tra Eataly e la tradizione culinaria locale, decidendo di non utilizzare il termine italiano più generico *tagliolini*. Proprio per questo motivo, in spagnolo ho deciso di lasciare il termine *tajarin* e aggiungere la traduzione spagnola *tallarines* tra parentesi.
- Ho riscontrato una grossa difficoltà nel rendere il titolo *Pomodori ai 4 mori!* L’utilizzo di questo termine si collega al simbolo della bandiera sarda, nella quale vengono rappresentati appunto 4 mori, e viene utilizzato in questo contesto perché nell’articolo vengono presentati un ristorante e una cooperativa sardi. Costituisce dunque un gioco di parole per richiamare questa terra. Ritengo che un lettore spagnolo potrebbe non sapere che i 4 mori sono il simbolo della bandiera sarda, e quindi non avrebbe senso effettuare una traduzione letterale, perché il gioco di parole non verrebbe capito. D’altra parte, trattandosi di un titolo, non ritengo opportuno aggiungere una spiegazione perché

appesantirebbe molto il testo e toglierebbe l'impatto che un titolo deve avere. Quindi ho optato per la seguente soluzione: *Los tomates en el arte culinario de Cerdeña*, nella quale si perde il termine dei mori e del collegamento con la bandiera, ma d'altra parte ricollega i pomodori dell'articolo alla tradizione culinaria sarda, come poi verrà approfondito nel testo.

- Nella pagina *Pomodori ai 4 mori!*, nel menu troviamo il piatto *fregola con julienne di seppia, vellutata di pomodori Vanitosi e Fragolino e fiori di aglio selvatico*. Come ho potuto verificare sul sito di ricette GialloZafferano<sup>7</sup>, la fregola è un tipo di pasta sarda di semola di grano duro a forma di piccole palline che vengono lavorate a mano. Poiché un lettore spagnolo non riuscirebbe a capire di che piatto si tratta, ho deciso di fornire un'informazione in più rispetto al testo in italiano, traducendo quindi *pasta fregola*.
- In altri casi invece si è deciso di non adattare il contenuto alla lingua d'arrivo, lasciando i nomi di cibi italiani in italiano. Nella pagina *Pomodori ai 4 mori!* è presente una lista di alcune varietà di pomodori: *Vanitosi, Fragolino, Belrosso, Balente, Baci di Sole, Majore, Coreboi, Minuetto, Cupido*, prodotti dalla cooperativa sarda *Santa Margherita Terra e Sole*. Visitando il loro sito web, mi sono resa conto che si tratta di varietà di pomodori proprie di questa cooperativa, per cui ho deciso di lasciare tutti i nomi propri in italiano, dal momento che non esiste una traduzione spagnola. Sempre in questa pagina, poco più avanti, troviamo i termini *ricotta, caprese e mozzarella*, termini che ho mantenuto in italiano nella traduzione spagnola in quanto si tratta di prodotti gastronomici italiani che non vengono tradotti all'estero e che sono ampiamente conosciuti anche in Spagna.

## Sintassi

Il testo in italiano presenta una sintassi complessa, ricca di subordinate e incisi. Seppure io abbia deciso effettuare una traduzione il più possibile fedele al testo, in alcuni casi ho deciso di trasformare costruzioni passive in italiano in forme attive o costruzioni impersonali in spagnolo, per rendere il testo più scorrevole:

---

<sup>7</sup> <http://ricette.giallozafferano.it/Fregola-con-arselle.html>

- Il passare dei secoli, le guerre e le tante dominazioni non hanno mutato l'aspetto di queste colline, e l'antica cultura enoica è arrivata fino ai giorni nostri →El aspecto de estas colinas no se ha transformado, a pesar del paso de los siglos, de las guerras y de las muchas dominaciones y la antigua cultura enológica ha llegado a nuestros días.
- Vitigni autoctoni interpretati in modo originale →Se interpretan las cepas autóctonas de forma original
- Il sale contiene molti elementi nutritivi, oltre ad essere un ottimo conservante per i cibi, per questo è stato per secoli alla base di molte economie→La sal contiene muchos elementos nutritivos y es un excelente conservante para la comida y, por eso, muchas economías se han basado en ella durante siglos.

## CONCLUSIONI

Questo lavoro mi ha permesso di mettere in pratica molti insegnamenti che ho imparato in questi tre anni di università e in particolare ho potuto confrontarmi con il fatto che la traduzione non implica solo tradurre parole, ma il traduttore ha l'importante compito di mediare tra due culture differenti. Il traduttore, in qualità di esperto interculturale, deve prevenire eventuali fraintendimenti o interpretazioni sbagliate, risultato di una mancanza di conoscenze culturali di coloro che interagiscono nella comunicazione (Witte, 2008:135).

Ho trovato molto stimolante e gratificante confrontarmi con questa tipologia di testo, che si distanzia molto dalla traduzione di testi cartacei, perché entrano in gioco fattori quali il layout della pagina web, le immagini e i video. Nel corso di questi tre anni, i vari professori di traduzione mi hanno permesso di esplorare varie tipologie testuali, come per esempio libri di letteratura per l'infanzia, albi illustrati, guide turistiche, articoli di giornale, ma non avevo ancora avuto modo di affrontare la traduzione di un sito web. Ho dunque deciso di approfondire quest'ultimo ambito per arricchire ulteriormente il mio bagaglio culturale relativo al mondo della traduzione e per avere un quadro più ampio delle tipologie di testo con cui un traduttore può confrontarsi. Ritengo che il fatto di essermi avvicinata all'utilizzo di un programma di traduzione per pagine web, ovvero Catscradle, possa costituire un ulteriore accrescimento delle mie competenze traduttive e spero che possa servirmi come stimolo per approfondire maggiormente il mio interesse per la traduzione.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Munday J. (2001). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London, New York: Routledge.
- Nord C. (2005). *Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis*. Amsterdam, New York: Rodopi.
- Witte H. (2008). *Traducción y percepción intercultural*. Granada: Comares.

## **Libri consultati ma non citati**

- Bastianich J. e S. Porro (2014). *Giuseppino. Da New York all'Italia: storia del mio ritorno a casa*. Torino: Utet
- Bastianich J. (2012). *Restaurant man. Vita, vino e cibo di un giudice di MasterChef*. Milano: Rizzoli
- Venuti L. (2004). *The Translation Studies Reader*. London, New York: Routledge

## **Dizionari cartacei**

- Grande Dizionario di Spagnolo. (2009). Milano: Garzanti Linguistica
- Devoto Oli. (2007). *Il dizionario della lingua italiana*. Firenze: Le Monnier
- Bosque I. (2005). *Redes. Diccionario combinatorio del español contemporaneo*. Milano: Hoepli

## **SITOGRAFIA**

- <http://ricette.giallozafferano.it/Fregola-con-arselle.html>
- <http://www.smargherita.it/index.php>
- <https://it.wikipedia.org/wiki/Sulcis>
- <http://www.giallozafferano.it/ricerca-ricette/tjarin+piemontesi/>

## **Riviste online**

- Sendeban: Revista de Traducción e Interpretación. Universidad de Granada. (2014).  
[http://revistaseug.ugr.es/public/sendeban/sendeban25\\_completo.pdf](http://revistaseug.ugr.es/public/sendeban/sendeban25_completo.pdf)



## **Dizionari online**

- *Diccionario Clave*, <http://clave.smdiccionarios.com/app.php>
- *Diccionario de la lengua española*, <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- *Il Vocabolario Treccani*, <http://www.treccani.it/>

## **Testi paralleli**

- <http://www.pastasgallo.es/index.html>
- <http://supermercado.elcorteingles.es/supermercado/sm2/login/portada.jsp>
- <http://www.mercadosananton.com/>
- <http://www.mercadodesanmiguel.es/el-mercado/>
- <http://www.boqueria.info/index.php?lang=es>
- <http://enterbio.es/>

## Eataly è

Eataly è mangiare italiano, vivere italiano. Il nostro obiettivo è dimostrare che l'alta qualità dell'enogastronomia italiana è alla portata di tutti



Il nome di Eataly nasce dalla fusione di due parole: EAT, cioè 'mangiare' in inglese, e ITALY, Italia. Eataly infatti è Mangiare Italiano, ma non soltanto cibo italiano. Quel modo tipicamente nostrano di stare a tavola è il prodotto della produzione agroalimentare dell'ottima cucina mediterranea, della cultura e della storia enogastronomica del nostro Paese, della 'riproducibilità' dei molti piatti di origini povere, delle contaminazioni positive che la cucina italiana ha ricevuto da altri Paesi (basti pensare all'origine americana del pomodoro o del mais).

Il più grande obiettivo di Eataly è dimostrare come i prodotti di alta qualità possano essere a disposizione di tutti: facilmente reperibili e a prezzi sostenibili, ma non solo. Eataly vuole comunicare i volti, i metodi produttivi e la storia delle persone e delle aziende che fanno gli 'altri cibi' che costituiscono il meglio dell'enogastronomia italiana.

Il marchio Eataly nasce riunendo un gruppo di piccole aziende che lavorano nei diversi settori dell'enogastronomia: dalla famosa pasta di grano duro di Gragnano alla pasta all'uovo piemontese, dall'acqua delle Alpi Marittime al vino piemontese e veneto, dall'olio della riviera ligure di Ponente alla carne bovina di razza Fassone piemontese ai salumi e formaggi della tradizione italiana.

Fin dalla sua nascita, con l'apertura nel 2007 del primo punto vendita a Torino, Eataly ha proposto il meglio delle produzioni artigianali a prezzi ragionevoli grazie alla creazione di un rapporto diretto fra produttore e distributore, e ispirandosi a parole chiave come sostenibilità, responsabilità e condivisione.

### LAVORA CON NOI



SCOPRI DI PIÙ »

### DIVENTA FORNITORE



SCOPRI DI PIÙ »



## Il sale integrale, un prezioso condimento naturale

A cura di Eataly Racconta



Il sale è spesso considerato un elemento banale e non prestiamo la dovuta attenzione quando lo acquistiamo. In realtà questo condimento è un alleato prezioso in cucina ma è necessario sceglierlo con cura e consumarlo con moderazione, così da ridurre i rischi per la nostra salute.

Un adulto dovrebbe assumere in media 5g di sale al giorno e in questo calcolo va incluso anche tutto il sale presente negli alimenti che consumiamo già pronti, come pane, salumi, formaggi, che già contengono sale al loro interno.

Nel mondo antico il sale era un elemento prezioso: i Greci lo chiamavano *oro bianco*, la parola salario deriva dalla paga in sale dei legionari romani e l'antica via *Salaria* era stata costruita proprio per rifornire gli eserciti di questo condimento. Il sale contiene molti elementi nutritivi, oltre ad essere un ottimo conservante per i cibi, per questo è stato per secoli alla base di molte economie.



Oggi, purtroppo, la maggior parte del sale comunemente in commercio è sottoposto a processi di raffinazione e sbiancamento che lo rendono fine, bianchissimo e di sapore uniforme. Questo sale è composto quasi esclusivamente da *cloruro di sodio*, l'elemento che presenta maggiori controindicazioni per la salute, e da pochissime tracce di altri minerali. Come per la farina, la ricerca di un gusto uniforme, non naturale, ha portato a un'eccessiva raffinazione delle materie prime, perdendo così una parte importante dei nutrienti presenti.

Il sale marino integrale è prodotto dall'affiorare dei cristalli, facendo evaporare l'acqua marina, attraverso un processo simile a quello utilizzato fin dall'antichità, senza l'utilizzo di alcun trattamento chimico industriale. Il sale integrale si presenta di colore grigio e conserva al suo interno un numero molto

maggiore di minerali e oligoelementi rispetto al sale raffinato, tra cui alcuni molto importanti per il nostro organismo come potassio, magnesio, iodio, calcio e fosforo. La consistenza e il gusto del sale marino varia secondo il luogo di provenienza: il *sale di Guerande* ha un sapore sottile e delicato; quello *rosso delle Hawaii* è ricco di ferro; il *sale di Maldon* è molto sapido e croccante.

Il sale integrale può essere estratto anche da cave di naturali formazioni cristalline presenti nelle montagne, come il pregiato *sale dell'Himalaya*, che contiene più di ottanta oligoelementi, e il *sale blu di Persia*, dal retrogusto leggermente speziato.

Scegliendo un sale integrale possiamo ridurre il consumo, perché ne basta poco per dare sapidità, e la corretta proporzione tra gli elementi nutritivi lo rende più sano e digeribile. Grazie alla minore presenza di sodio, il sale integrale è adatto anche per chi soffre d'ipertensione e non crea ritenzione idrica.

Imparando a utilizzare in cucina un sale diverso secondo quello che siamo preparando, possiamo dare una nota in più di gusto, consistenza e colore a ogni piatto.





## I vini Bastianich

A cura di Eataly Racconta



La cantina **Bastianich** produce vini che fanno propria la storia e la tradizione enologica dei *Colli Orientali del Friuli* interpretandola in modo originale, per distinguersi attraverso complessità, struttura ed equilibrio.

Come sottolinea **Joe Bastianich** nella video intervista in apertura questi vini non seguono le tendenze e il mercato, ma nascono per portare nel bicchiere l'idea di vino della famiglia **Bastianich**.

La produzione di vino nei *Colli Orientali del Friuli* risale all'epoca romana, quando legionari dell'esercito di *Giulio Cesare* trasformati in pacifici coloni iniziarono la coltivazione della vite. Il passare dei secoli, le guerre e le tante dominazioni non hanno mutato l'aspetto di queste colline, e l'antica cultura enoica è arrivata fino ai giorni nostri.

L'azienda *Bastianich* si estende per 35 ettari in due zone distinte. La prima sulle colline di *Buttrio* e *Premariacco*, dove il calore proveniente dal mare genera vini corposi e strutturati. La seconda si sviluppa sulle colline intorno a *Cividale*, dove la bora che soffia fredda nella notte e intensifica le note aromatiche dell'uva.



*Bastianich* è un'azienda abbastanza giovane, la prima vendemmia risale al 1997, ma in pochi anni è riuscita ad affermarsi nel panorama internazionale grazie ad un approccio nuovo al terroir.

**Vespa Bianco**, il primo vino prodotto dalla cantina, rappresenta perfettamente la filosofia dell'azienda: un bianco di grande struttura, con un ottimo potenziale d'invecchiamento, un blend di *chardonnay*, *sauvignon* e *picolit* che esprime anche attraverso vitigni internazionali tutte le caratteristiche e i profumi del territorio. Il **Vespa Rosso** gioca sull'equilibrio tra vitigni autoctoni e internazionali - *merlot*, *refosco*, *cabernet sauvignon* e *cabernet franc* - per dosare potenza ed eleganza.

Gli altri due cru dell'azienda arrivano alla sintesi tra locale e internazionale partendo da un punto di vista opposto: vitigni autoctoni interpretati in modo originale, anche grazie all'appassimento di parte delle uve.

Il **Plus** è un *friulano* in purezza di cui il 10% appassito, nasce da vigne di oltre ottant'anni con una resa molto bassa. Un vino molto complesso, con una persistenza molto lunga, che gioca sull'equilibrio tra note mature e acidità.

Il **Calabrone** è un blend di *refosco*, *schioppettino*, *pignolo* e *merlot* in parte appassiti in vigna, che ricorda nella morbidezza dei tannini e nella concentrazione dei sapori i grandi *Amaroni*.



La linea dell'azienda si completa con vini più giovani e immediati, i **Vini Orsone**, monovitigni che rappresentano l'espressione più diretta del territorio: *friulano*, *sauvignon*, *ribolla gialla*, *pinot grigio* e *refosco*.

Secondo Joe Bastianich per comprendere al meglio la regione dei *Colli Orientali del Friuli* dovete iniziare da *Friulano* e *Sauvignon* ma provare anche, sempre dalla linea Orsone, la *Ribolla Gialla*, un'antica varietà che sta vivendo una rinascita di popolarità. La tradizione dei grandi vini friulani invece è ben rappresentata dal **Vespa Bianco** e **Vespa Rosso**, che mostrano tutte le potenzialità di questa regione.

La famiglia Bastianich nel 2000 ha acquisito anche un'altra proprietà, **Tenuta la Mozza**, nel cuore della Maremma toscana... ma questa è un'altra storia che vi racconteremo presto.



## IN FONDO AL MARE CON NANDO FIORENTINI!

Il secondo fine settimana di maggio, da sabato 9 a domenica 10, si terrà il Festival del mare di Eataly Lingotto, un modo originale per prepararci all'arrivo dell'estate ormai alle porte.

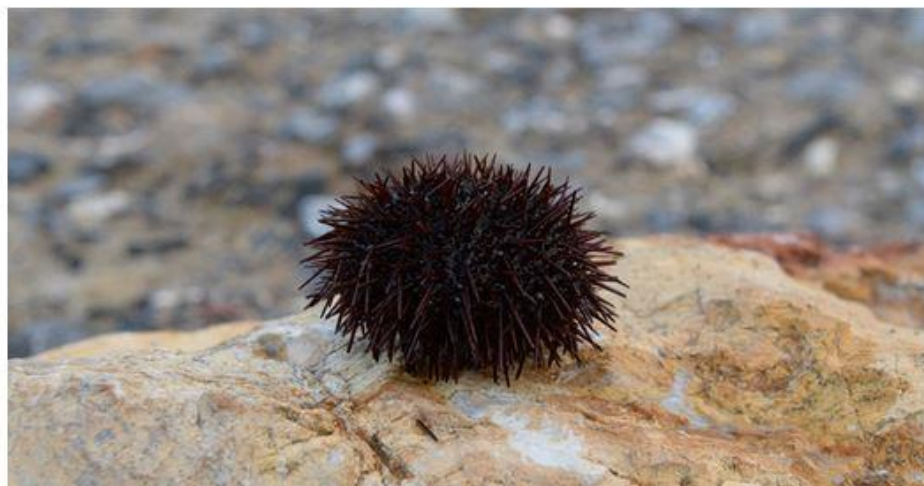
Per l'occasione, venerdì 8 maggio abbiamo pensato di proporti un incontro con chi della passione per il mare ha fatto il proprio lavoro quotidiano: Nando Fiorentini.

Responsabile della Pescheria di Eataly Lingotto, Nando Fiorentini ti proporrà una grande degustazione guidata dove i sapori della nostra ricca tradizione gastronomica saranno accompagnati da storie, racconti e aneddoti... in fondo al mare!



Nando Fiorentini porterà a Eataly Lingotto i gamberi di Sanremo, i ricci e la bottarga della Sardegna, veri protagonisti della serata. Insieme al docente, conosceremo le modalità di pesca, la provenienza e le lavorazioni di questo tipo di pescato.

Quello che si svolgerà a Eataly Lingotto il prossimo 8 maggio, sarà un corso ideato per esaltare i profumi e i sapori che il Mediterraneo porta con sé, dal mare aperto alla tavola.



### In degustazione

Crostini di ricotta Seirass con polpa di riccio sardo  
Crostini di ricotta Seirass con bottarga sarda  
Gambero crudo di Sanremo  
Tajarin all'uovo con polpa di riccio e bottarga sardi

### Per dessert

Verrina dolce di Luca Montersino

### In abbinamento

Vino delle nostre cantine  
Pane cotto nel forno a legna di Eataly

**€ 30,00**

Il corso di degustazione si terrà venerdì 8 maggio presso l'aula 2, al piano terra di Eataly Lingotto a partire dalle ore 20.00: [prenota subito il tuo posto!](#)

Ti aspettiamo a Eataly Lingotto!





## Le farine biologiche del Mulino Marino

A cura di Eataly Racconta



Il Mulino Marino nasce nel 1956 quando Felice Marino acquista il mulino di Cossano Belbo, nel cuore delle Langhe, con le sue tre antiche macine in pietra naturale. Oggi tre generazioni della famiglia Marino lavorano insieme nel mulino: Felice, che nonostante i suoi novantuno anni controlla ancora ogni giorno le sue farine, i figli

Ferdinando e Flavio e i nipoti Fausto, Fulvio e Federico.

Uno degli aspetti caratterizzanti del Mulino Marino è la scommessa, oggi dimostratasi vincente, di puntare vent'anni fa sulla produzione di farine biologiche macinate a pietra naturale.

A partire dagli anni '60 si sono imposte sul mercato farine sempre più raffinate, macinate a cilindri, bianchissime e ricche di calorie, semplici da utilizzare ma prive di molti degli elementi nutritivi presenti negli stati esterni dei chicchi e del germe del cereale.

Da sempre la famiglia Marino ha scelto di andare nella direzione opposta puntando sulla macinazione a pietra di cereali antichi da agricoltura biologica, macinati in purezza, non ibridati né geneticamente alterati.

L'iniziale diffidenza di una parte dei consumatori e dei fornitori, che vedevano il biologico come un inutile aumento dei costi, è stata pian piano superata e dal 2007 il mulino produce esclusivamente farine biologiche certificate.



Le macine in pietra del Mulino Marino sono realizzate con pietre naturali di cava francese, rinomate per la loro *durezza*, che risalgono al XIX secolo.

Al contrario delle pietre artificiali, devono essere periodicamente martellate a mano per raggiungere il giusto grado di ruvidità, seguendo un'antica tradizione che Felice ha tramandato a figli e nipoti.

Queste pietre girano molto più lentamente di quelle artificiali e quindi non surriscaldano i cereali lasciando le farine vive con all'interno fibre, vitamine idrosolubili e tutti gli oligoelementi presenti nel chicco.

Il mulino seleziona le migliori varietà di prodotti biologici da macinare: grano tenero e duro, mais "Otto File" di Langa, segale, grano saraceno, kamut, enkir, riso, orzo, castagne, ceci.

Tutti i cereali sono analizzati a campione nel momento in cui arrivano al mulino per controllare che non siano presenti pesticidi, fitoregolatori di crescita e muffe di qualunque genere. La macinazione avviene in purezza, cioè ogni cereale non è contaminato da altri e durante la lavorazione e lo stoccaggio non sono aggiunti conservanti, insetticidi, additivi chimici, enzimi, polifosfati o latticini.

Eataly ha scelto il Mulino Marino come partner per i suoi negozi in Italia e nel mondo: il pane e la pizza sono realizzati con la consulenza della famiglia Marino utilizzando esclusivamente i loro prodotti e lievitazioni naturali.





Home > Magazine > Eataly Racconta > Niasca Portofino



## Niasca Portofino

A cura di Eataly Racconta



Il progetto Niasca Portofino nasce dalla passione di residenti e frequentatori del borgo, con l'obiettivo di riscoprire le tradizioni locali, promuovendo e valorizzando il territorio.

Due anni fa inizia il recupero di terreni agricoli abbandonati, un lavoro complesso di pulizia e terrazzamenti, un investimento mirato non solo alla produzione ma anche al recupero del territorio. Cinque ettari coltivati tra ulivi, vigne, alberi da frutta, agrumi, erbe aromatiche, tra cui molte varietà autoctone che erano ormai quasi scomparse. Con i prodotti di questa terra e quelli di altri piccoli coltivatori della zona Niasca Portofino produce la limonata del Tigullio, fresca e profumata; il vino Nostralino, prodotto con uve vermentino e bianchetta genovese raccolte a mano; il pesto *Ò Magazin*, non pastorizzato per arrivare in tavola come se fosse appena fatto; le confetture di albicocca, fichi, limoni e arance, gli oli e le salse al pomodoro della tradizione ligure.

Portofino è uno dei borghi più belli del mondo, incastonato tra le scogliere della Riviera Ligure di Levante, meta di turismo internazionale da più di un secolo. La cittadina però nel corso del tempo è rimasta in parte soffocata da questo successo, concentrando tutte le attività nella suggestiva Piazzetta e tralasciando il resto del paese e le campagne circostanti.



Per questo Niasca Portofino ha rilevato un vecchio rudere abbandonato da più di vent'anni e l'ha trasformato nel Fondaco, il quartier generale dell'azienda, a pochi minuti di cammino dalla Piazzetta e all'inizio della passeggiata che sale sul Monte, dove ci sono le coltivazioni. Un vero e proprio ponte tra il centro della vita turistica e la campagna, all'interno del quale trovano spazio gli uffici, la sala didattica, il laboratorio di ricerca, il frantoio e il negozio. L'edificio è stato ristrutturato con la collaborazione dell'artista inglese David Tremlett, che ha adattato la sua estetica geometrica alle pareti della struttura utilizzando i colori delle case del borgo, e negli interni ha realizzato disegni site-specific proprio per sottolineare il legame tra la sua opera e il luogo, che conosce e frequenta da molti anni.

Eataly ha scelto Niasca Portofino perché è un progetto di valorizzazione del territorio e delle tradizioni agricole, che porta in Italia e nel mondo i sapori e i profumi di un incantevole angolo della costiera ligure.





## Officina Moreno Cedroni: conservati di alta qualità

A cura di Eataly Racconta



Lo chef Moreno Cedroni alcuni anni fa si è dato un obiettivo ambizioso: preparare grandi ricette, con materie prime eccellenti, e conservarne tutti i sapori e gli aromi confezionandole a lunga scadenza. Partendo da questa idea, nel 2003 nasce Officina: un laboratorio ad alta tecnologia per la preparazione di conservati.



L'Officina prende dal mare i migliori prodotti, li elabora in ricette originali e li mette in scatola, realizzando preparati ittici di qualità a lunga conservazione. La sterilizzazione diventa così non solo un metodo di conservazione ma una vera e propria tecnica di cucina, che consente di mantenere intatti profumi e aromi nel tempo senza ricorrere a conservanti e additivi chimici. La carriera di Moreno Cedroni è scandita da continue sfide e da una grande passione per la ricerca. Apre il suo ristorante *Madonnina del Pescatore* poco più che ventenne, ispirato dalle nuove tecniche che a metà anni novanta arrivano dalla Spagna. Qui inventa e stupisce con ironia, giocando con i sapori del mare, fino a ottenere due stelle Michelin.

Conosce il pesce e lo interpreta a modo suo, così il sushi giapponese incontra la tradizione italiana del crudo e diventa *susci*, e nel 2003 apre *Anikò*, la prima salumeria di pesce al mondo con la sua

bresaola di spada, il San Daniele di tonno e la Simmenthal di pesce.

Le prime ricette di Moreno Cedroni a finire in scatola sono la *trippa di coda di rospo*, le *seppie con piselli*, *uova di seppia*, la *ventresca di tonno* e il *polpo con patate*. Col tempo la linea si estende anche a sughi di pesce pronti, conserve e condimenti. Tutte le ricette sono curate personalmente dallo chef in ogni dettaglio, compreso il packaging che riflette la bellezza dei prodotti che contiene.

*Eataly* ha scelto i prodotti di Officina Cedroni perché rappresentano il connubio perfetto tra qualità e praticità: materie prime eccellenti, tecniche di alta cucina e la comodità di un piatto pronto.

EATALY PRESENTA

## SEPPIE CON PISELLI 140G



Se hai voglia di assaporare una ricetta interpretata di un grande chef ma sei sempre di corsa, affidati ai prodotti pronti di Moreno Cedroni che Eataly ha selezionato per te. Le seppie con piselli sono un prodotto realizzato a partire da seppie sceltissime, piselli, aglio, cipolla, un filo d'olio extravergine d'oliva, pomodoro, un pizzico di sale e peperoncino. Perfetto da portare con te per uno spuntino veloce ma genuino.

€ 7,30



AGGIUNGI

## POMODORI AI 4 MORI!

Sabato 6 e domenica 7 giugno, a Eataly Lingotto ospiteremo due nuovi giorni di festa enogastronomica, declinati in corsi e laboratori didattici, piatti e menu dei restaurantini e degustazioni gratuite. A Eataly Lingotto sta arrivando il Festival del pomodoro!



Il primo appuntamento che puoi già acquistare online e che si terrà in occasione della due giorni di festa, è una grande cena in programma mercoledì 10 giugno, che porterà in tavola tutta la freschezza e la stagionalità dei pomodori *Vanitosi* della Sardegna: [prenota subito il tuo posto!](#)



A Eataly Lingotto, verranno a trovarci due ospiti dalla Sardegna, il Letizia ristorante di Nuxis (CA) e la cooperativa Santa Margherita Terra e Sole di Pula (CA), che prepareranno una colorata tavola conviviale interamente a base di pomodori, il modo migliore per prepararci all'arrivo dell'estate.



COOPERATIVA  
**SANTA MARGHERITA**

[www.saporedisole.it](http://www.saporedisole.it)

La cooperativa Santa Margherita Terra e Sole, specializzata nella coltivazione e nel confezionamento del pomodoro, te ne presenterà tante varietà nel corso della serata.  
Durante la cena potrai conoscere i pomodori:

*Vanitosi*  
*Fragolino*  
*Belrosso*  
*Balente*  
*Baci di Sole*  
*Majore*  
*Coreboi*  
*Minuetto*  
*Cupido*

Tante varietà, tanti colori e sapori diversi: i primi, i pomodori *Vanitosi*, possono essere color melanzana, giallo oro, rosso focoso, verde oliva. Dalle forme diverse, inaspettate, con screziature suggestive. Freschi, croccanti, sugosi, deliziosi, che riempiono le insalate, si sposano allegramente con gli aperitivi, si lasciano accarezzare dall'olio extravergine di oliva. I *Vanitosi* arricchiscono i piatti gourmet e la cucina in genere con la loro varietà di colori e di gusti, in modo sempre originale.



Manuele Fanutza, lo chef del Letizia ristorante che per tutto il mese di maggio, potrai conoscere anche all'interno del padiglione Eataly presente a Expo, ti proporrà un menu a base di pomodori, portando con sé il meglio della cucina del Sulcis.



### Il menu

#### Giardino in primavera

caprese con mozzarella e pomodoro ramato di Pula,  
battuta di olive nere, millefoglie di zucchine con bottarga e ricotta,  
fiore di zucca ripieno di sarde e caviale di melanzane,  
pomodori *Vanitosi* ripieni di crema di carciofo spinoso,  
*vol-au-vent* con crema di zucchine e gamberetti

Timballo di fregola ai frutti di mare su vellutata di *Fragolino* di Pula  
fregola con julienne di seppia, vellutata di pomodori *Vanitosi* e *Fragolino*  
e fiori di aglio selvatico

Panada d'agnello

con insalata di pomodori *cuore di bue*, patate e carciofo spinoso

Tarte-tatin Vanitosa

pomodoro *Vanitoso*, arancio sostituito alle mele,  
crema pasticcera all'arancia e mandorle



L'appuntamento a tavola è per mercoledì 10 giugno, presso la Sala 200, al primo piano di Eataly  
Lingotto. Il costo è di € 35,00, [prenota subito il tuo posto!](#)

Ti aspettiamo a Eataly Lingotto!

