

MIRADAS AO ESPAZO URBANO PARA-TRADUCIR A CIDADE DE BILBAO

María Ángeles Romasanta
Grupo de investigación T&P
Universidade de Vigo
anxestrada@gmail.com

[Recibido 08/03/12; aceptado 18/05/12]

Resumo:

O espazo urbano é un espazo no que o tradutor, como suxeito que traduce e primeiro axente paratradutor, percorre a cidade coa súa mirada, le e interpreta o espazo urbano para traducir as distintas identidades que nela se representan. Bilbao é unha cidade cunha forte identidade que ofrece un interesante espazo de lectura no que desenvolver un verdadeiro exercicio de tradución intersemiótica.

Palabras clave: Paratradución, mestizaxe, espazo urbano, tradución intersemiótica.

Abstract:

Urban space is a space where the translator as subject translator and first paratranslator agent, gazes across the city, reads and interprets urban space in order to translate the different identities expressed therein. Bilbao is a city with a very strong identity and offers an interesting reading space in which to develop a real exercise of intersemiotic translation.

Keywords: Paratranslation, métissage, urban space, intersemiotic translation.

Introdución

A maioría da xente cando pensa en texto sempre pensa nunha concatenación de letras e palabras, quizá porque lembre aquelas definicións e características do texto nas clases de lingua, aquelas nas que se falaba de unidade de comunicación ou de secuencias lingüísticas; mais relacionar o texto só con palabras sería darlle un espazo demasiado reducido. Temos que sacalo dese

espazo pequeno que algúns lle queren outorgar e darlle a capacidade de *multiformidade*, de xeito que *texto* sexa todo aquilo capaz de comunicar paratraducir sentido independentemente da súa aparencia. Necesitamos que o *texto* sexa por igual o ferro que se introduce no forno para fundir, a colada que sae dese mesmo forno e a transformación final en algo novo e infinito, porque non deixa de ser constantemente novo e porque a súa percepción vai ter tantas interpretacións como ollos o capten e mentes o procesen. O *texto* non só cambia a súa forma física senón a súa dimensión significativa e simbólica cada vez que se transforma nun novo recipiente e, polo tanto, nun novo vehículo. O noso *texto* vai ser a cidade, o espazo físico no que nos movemos e que nos ofrece infinitas posibilidades paratradutivas, porque a cidade é o *hors-texte* (Yuste Frías, 2010: 304-307) por excelencia, o espazo de comunicación no que se dan todos os textos.

Paratraducir o espazo

No espazo público todo cobra sentido a través da nosa mirada, enchemos o baleiro existente a medida que dotamos ao espazo dunha interpretación do que nel hai, enchémolo coa nosa interpretación, o noso sentido, a nosa reflexión, a nosa mirada en definitiva, e a medida que enchemos ese espazo baleirase para se adaptar, para se acomodar a cada unha das percepcións que o noso sentido achega.

O espazo urbano da cidade non é unha estrutura pechada, un espazo hermético, é un espazo transitorio, un texto vivo que se modifica a través das miradas, tanto de quen crea algo nela como de quen observa, analiza, reflexiona e «ve» máis alá do material de construción ou da forma do creado. O estudo da fisionomía da cidade e o seu impacto no entorno humano está máis presente que nunca pola coñecida influencia do espazo en todos os aspectos do desenvolvemento social humano. Nada é froito da casualidade aínda que a planificación estea, ás veces, en mans da rendibilidade económica e non da creatividade.

Igual que enormes textos, as cidades teñen vida propia máis alá da que o conxunto social lles proporciona. Outorgar capacidade inanimada a un texto macrodimensional é negar a existencia da capacidade de lectura e abstracción do conxunto e do individuo. Para-traducir a cidade, o entorno require unha mirada holística. Emprender un proceso para-tradutivo é involucrarse, realizar un proceso de construción e manexar termos como mestizaxe, negociación, distancia ou dinámica de movementos ou equivalencia nun contexto moi amplo e cargado de connotacións teóricas, culturais, políticas, sociais e lingüísticas, baixo normas que ofrecen un certo grao de flexibilidade. Implica non só unha negociación coa comprensión, a intencionalidade, a cultura, o coñecemento, a sociedade, a persuasión dialéctica e a creatividade da autoría da fonte, senón tamén coa estrutura social, cultural e estética do entorno meta, tendo en conta o dominio da subxectividade.

Se o espazo urbano e as súas producións paratextuais non se abordan da forma adecuada, o resultado vai ser unha tradución e paratradución incómodas e incomprendibles para o espectador, o cidadán, o entorno en definitiva. Dúas mostras dunha estratexia paratradutiva errónea son o Aeroporto de Bilbao (en realidade é Aeroporto de Loiu, pero Bilbao ten a cualidade de absorber, arrastrar e apoderarse dos emblemas e lugares próximos) e a ponte Zubi Zuri, que comunica ambos lados da ría na zona de Abandoibarra que vai ao museo Guggenheim pola marxe esquerda. Ambas obras son do arquitecto Santiago Calatrava e ambas son polémicas (independentemente da súa beleza arquitectónica) polos seus resultados prácticos.



Aeroporto de Loiu

O aeroporto é unha construción con forma de pomba coas alas estendidas e é coñecido co sobrenome de «La Paloma». En palabras do propio arquitecto, «quere ser un espazo de acollida, que acerque o viaxeiro á parte máis bonita da paisaxe, ao verde, as árbores. É unha mensaxe de amor a estas terras e aos homes destas terras». Coa forma bicuda da terminal, o arquitecto intenta expresar a «idea do voo». A obra representa unha falla total de estratexia paratradutiva da idiosincrasia do espazo e do entorno, unha falla de lectura e comprensión non só do espazo senón da parte vital dese espazo e do que nel se produce, a saída e o retorno.

La Paloma recibe os pasaxeiros na rúa. O viaxeiro que chega a Bilbao recolle a súa maleta e sae directamente á rúa, á intemperie do norte, feito que contrasta directamente co «espazo de acollida» que menciona o arquitecto. A sensación que se ten ao recoller a maleta e saír do aeroporto é a de que te botan á rúa directamente. A finais de febreiro de 2011, once anos despois da súa inauguración, as autoridades competentes solucionaron as consecuencias desta estratexia errónea e inauguraron a renovada terminal de chegadas do aeroporto, un espazo pechado, por suposto.

Estraña interpretación fai Calatrava da acollida e do norte, semella que o arquitecto quedou no verde das árbores e coa beleza da paisaxe pero esqueceu que o norte ten un clima e que non telo en conta é caer nun erro de principiante

con continuas e desagradables consecuencias. No mesmo aeroporto, no seu desexo de reflectir a apertura da recepción e a acollida, tropezou de novo ao construír o corredor de enlace entre o aeroporto e o aparcadoiro, xa que o fixo cuberto por enriba e totalmente aberto polos laterais. A consecuencia desta *apertura*, a auga da choiva e o vento pasaban libremente dun lado a outro collendo os pasaxeiros polo medio, co cal en cuestión de segundos a xente non só corría senón que botaba sonoros insultos ao mesmo tempo de correr, e para eses insultos non fai falla tradución.

A sensación é que Calatrava visitou Bilbao nun deses característicos días de vento sur e quedou pasmado con esa visión sen ser capaz de analizar máis en profundidade, de facer unha lectura profunda do entorno, en definitiva, de paratraducir o espazo.

O segundo erro interpretativo atopámolo na ponte Zubi Zuri, coñecida tamén como a ponte Calatrava, o paraíso dos esvaróns ou o burato sen fondo do erario público bilbaíno.



Ponte Zubi Zuri

Esta ponte Zubi Zuri, que en galego significa «ponte branca», cruza a ría nun enclave céntrico e importante de Bilbao. Os problemas nesta ponte con estrutura de aceiro branco e base de paso de baldosas de cristal saíron á luz o primeiro día que choveu. As baldosas resultaron moi esvaradías. Mais como se pode esperar que chova en Bilbao, en Bilbao? Non, ho! como vai chover na cidade onde naceu o *sirimiri*? Novamente unha estratexia errónea tivo como resultado non só esvaróns, torceduras e caídas (coa desagradable sensación que produce caer nunha ponte aberta pola que tes a sensación de escorregar e caer directamente á ría) senón un goteo económico incesante para o concello da cidade no cambio desas baldosas (as baldosas tiñan un prezo de 500 € cada unha).

Con todo isto queda clara a necesidade de facer unha lectura analítica crítica e profunda non só do espazo senón de todo o que o acompaña porque

un espazo non é nada sen a xente que o vive e o percibe. Todo debe pasar por unha serie de filtros que reteñan a análise necesaria para evitar estas situacións na medida do posible. Para-traducir o espazo é unha necesidade inherente á vivencia dese espazo creado cunha finalidade concreta e evolutiva. O arquitecto Santiago Calatrava fixo unha lectura extensiva, parou en puntos superficiais e primou a súa falla de estratexia paratradutiva sobre a esencia e necesidades do espazo.

Cando se rehabilita un conxunto sen facer o correspondente estudo paratradutivo, este perde a súa identidade e pasa a ser un espazo aséptico e prefabricado, deixa de ser un acto dotado de simbolismo para converterse nun obxecto fóra de contexto, o acto comunicativo que se lle presupón deixa de ser efectivo e pasa a ser suxeito anexo impersoal. O contexto sofre a amputación de parte do seu texto e interrómpese a posibilidade de comunicación e con ela a interpretación e a tradución.

O espazo é un símbolo, unha entidade con identidade propia e evolutiva na medida en que esta pasa polos filtros interpretativos das persoas que visualizan e analizan ese espazo. Para-traducir os símbolos é interpretar as razóns, ou posibles razóns, o simbolismo e o contexto, e este acto implica unha nova óptica de motivación, unha motivación impulsada pola mobilidade que impregna o acto tradutolóxico mesmo. A necesidade de traducir o espazo baséase na necesidade dese espazo de interactuar con todos os elementos que o rodean, ou que poden chegar a rodealo, na medida na que ese espazo crece e se expande, pero non só a súa interacción cos elementos senón con todas e cada unha das persoas que van transitar ese espazo. Por conseguinte, a capacidade dese espazo para provocar a interacción co humano só pode partir dunha lectura paratradutiva adecuada das producións paratextuais que rodean, envolven, acompañan, introducen e presentan o texto que chamamos cidade.

A transformación e a marca da cidade de Bilbao

A transformación de Bilbao ten chamado moito a atención, non tanto pola profunda transformación física que sufriu como pola excelencia dos resultados. Esta excelencia non é consecuencia de actos de rehabilitación trazados sobre o papel senón resultado dunha continua e constante tradución e paratradución da cidade, tanto dende dentro como dende fóra. Non se fixo un exercicio de drasticidade urbanística baseado só no papel ou na división física da cidade, senón que se leu, comprendeu e escoitou o que o espazo promulgaba. Levouse a cabo un profundo exercicio de inmersión no texto. O caso de Bilbao é unha autorregurxitación da identidade, onde a nova identidade despraza á anterior sen que se perda a esencia da que se nutren todos os enlaces cos que se interrelaciona. Se a tradución é mestizaxe de identidades, esta cidade soubo configurar, compaxinar e (re)crear ese mestizaxe como poucos espazos urbanos. Absorbeuse de raíz a filosofía do ferro e a industria pesada que gobernou o destino desta cidade durante moitos anos. A mestizaxe non é destrución, non

é anular identidades; fíxose coa cidade o mesmo que co ferro, fundílo unha e outra vez converténdoo cada vez en algo novo, diferente, sen cambiar a materia, a esencia, sen converterse en algo irrecoñecible.

Non é posible entender a marca, a imaxe, a identidade de Bilbao sen ter en conta algunhas premisas básicas do carácter bilbaíno (os naturais de Bilbao son bilbaínos ou bilbainos). Como, por exemplo, que Bilbao é a cidade cuxos habitantes nacen onde queren e ao pronunciar Bilbao parece encherse a boca (por certo, hai que dicir *Bilbao* e non *Bilbau*). Bilbao é «el botxo» para os bilbaínos, tamén aparece escrito con «ch» mais o habitual é con «tx». E chámana así pola súa situación entre montes, montes que se ven dende case todas as rúas da cidade. Un *bocho* é unha cavidade, un burato, e a situación xeográfica desta cidade, rodeada de montes, leva a pensar nun *bocho*. A *bilbainada* é unha chulería que se acepta ben en todas partes e dise que *Bilbao é unha cidade que abarca toda Europa (incluíndo Begoña) e ¡coidado! Está en constante expansión. Tamén está rodeada polo Océano Atlántico e o Pacífico e ambos desembocan no Nervión*¹.



A orografía dunha cidade sempre imprime unha marca no carácter dos seus habitantes, en Bilbao isto faise aínda máis acusado, creo que poucos lugares teñen unha interacción tan profunda entre cidade e cidadáns.

Do mesmo xeito que non se pode entender a marca, a imaxe, a identidade desta cidade sen mencionar o seu pasado industrial, tampouco se pode entender sen mencionar e coñecer o seu aspecto político. Este aspecto marcou profundamente a vida da cidade e a imaxe desta cara ao exterior xa que o terrorismo supuxo un prolongado rexeitamento non só á cidade senón á súa

¹ A Virxe de Begoña é a patroa da cidade e é coñecida como a «amatxu» (nai) de todos os bilbainos.

identidade. Foi moita a xente que se negou a ir ao País Vasco a causa do terrorismo nos anos 70, 80 e 90 pero aínda moita máis a que focalizou ese medo e esa atención en Bilbao pola súa forte identidade.

Ao longo de moitos anos a imaxe de Bilbao estivo asociada ás cores escuras, óxido e ocres da industria mineira e pesada. As inundacións do ano 1983 e a crise económica marcaron o inicio da transformación. No ano 1992 constitúese a sociedade Bilbao Ría 2000 S.A., unha sociedade na que colaboran as Administracións Públicas e que ten como fin dirixir a recuperación e a transformación das zonas degradadas de Bilbao e da súa área metropolitana.

Este logotipo comeza a verse por toda a cidade e na papelería municipal. Comeza a asociarse Bilbao con ese B distintivo onde a letra inicial do topónimo «Bilbao» faise imaxe para- traducir a cidade ata converterse en símbolo e marca da cidade vasca. As cores non se elixen ao azar, o vermello e mais o branco forman parte da bandeira do municipio e son as cores históricas da vila, o vermello é tamén a base da bandeira de Bizkaia. O azul xa se representa no escudo da cidade do mesmo xeito que aparece neste novo logotipo, as ondas que representan a ría de Bilbao. A medida que Bilbao Ría 2000 vai cumprindo cos seus obxectivos (en 1995 inaugurase o metro de Bilbao e no ano 1997 o museo Guggenheim Bilbao), este logotipo vai resumíndose e a cidade vive uns anos de «suspensión identitaria ou de marca» que son os anos nos que parece tomarse como substitutivo as entradas ao metro que deseñou Norman Foster, coñecidas coma «fosteritos», antes de que finalicen as obras do museo.



Logotipo Bilbao Ría 2000



Fosterito – Baldosa de Bilbao

Os *fosteritos* implican o despunte do novo desenvolvemento que pouco a pouco parece albiscar. Hai que recoñecerlle ao arquitecto Norman Foster a excelente lectura que fixo, xa que esas entradas ao metro, que recordan a forma dos vermes, paratraducen simbolicamente os inicios económicos da cidade coa minería e a orografía interna da cidade traspasada por gran número de ríos subterráneos e vellas galerías mineiras reconvertidas na actualidade. Representan a inmersión da cidade na propia cidade, o libre acceso por fóra e por dentro. Unha vez inaugurado o museo Guggenheim Bilbao, este convértese na imaxe da cidade no exterior, a máis rechamante, a exportable e coa que se intenta cambiar a imaxe plúmbea que se ten fóra. Mais xunto coa imaxe do Guggenheim recupérase un símbolo característico dos anos 20 do século XX, «a baldosa de Bilbao».

Non sabería dicir se este símbolo rexorde por unha necesidade de (re)vitalizar símbolos da cidade no seu renacemento ou se por temor a que o efecto Guggenheim non tivese toda a forza esperada. O caso é que a baldosa de Bilbao converteuse en insignias, imáns, carpetas, e todo tipo de *merchandising* asociado a un emblema e acabou convertida en doce e agora en torta de Bilbao. A cidade busca paratraducirse neste elemento paratextual situado no chan que pisa todo transeúnte e deixar o limbo no que está mergullada para recuperar a súa fortaleza e o seu carácter. Os símbolos son o medio para facerse visible ao exterior, unha (auto)regurxitación da identidade para establecer de novo as bases do sentimento como cidade *ferida* que se recuperou e quere deixar patente a súa pegada e, por conseguinte, a súa recuperación. O coñecido como efecto Guggenheim ten os seus resultados, mais a cidade non deixa de exercer a súa función de macrotexto e non cesa na súa comunicación e necesidade de facerse visible por enriba de toda obra externa. O símbolo de Bilbao Ría 2000 dá paso á entrada ao metro, á baldosa de Bilbao, ao Guggenheim e, finalmente, o círculo péchase coa nova imaxe, a nova marca da cidade, un B branco sobre fondo vermello.



A visibilidade desta imaxe atópase absolutamente en todas partes da cidade, e acomódase ao fondo no que aparece, ben intercambiando a súa cor ou ben desaparecendo por completo, mais deixando patente a súa (in)visibilidade. O B cambia de cor, do branco ao vermello con fondo branco para facerse visible nos autobuses urbanos ao tempo que serve, cambiando de novo de cor, como inicio do nome da empresa dos autobuses.

A imaxe tamén busca facerse visible sen as cores distintivas propias adaptándose ao fondo de cor madeira pero deixando igualmente patente a súa intención, a súa visibilidade e a súa importancia.



Tórnase verde nos contedores de reciclaxe ou mesmo unha das institución da cidade, o Teatro Arriaga, a toma como propia adaptándoa, convertendo o seu A inicial en sinal de identidade clónica e en relación directa coa imaxe de Bilbao. Con este acto matiza non só a súa relación coa cidade senón a súa subordinación e pertenza á imaxe da cidade.



Ademais do vermello e o branco, o azul é a cor de Bilbao, o chamado «azul Bilbao» que se compón de azul cobalto, añil e branco titanio. Esta cor é distintiva propia da cidade e non é unha marca de identidade coñecida no exterior, mais si **na cidade e da** propia cidade. Pódese interpretar e ler como a necesidade de sobreidentificación despois do limbo, non tanto cara ao exterior senón ao interior, afianzar a identidade máis propia e interna. A marca dentro da marca. De feito, esta cor non só aparece no edificio de oficinas do emblemático museo Guggenheim (marca cara ao exterior) senón que aparece en moitas fachadas de edificios, en comercios, nas bicicletas municipais, nas dos hoteis, en logotipos e, cunha cor máis suave, na sinalización das rúas. A maior parte destes elementos, nos que aparece esta cor de marca interna, son elementos paratextuais das «marxes» da cidade que dalgún xeito marcan o camiño da percepción dos transeúntes (re)vitalizando a identidade propia ante cada mirada. E con referencia a esta sinalización das rúas, no Casco Vello de Bilbao colocáronse xunto as tradicionais sinalizacións das rúas unhas placas nas que se explica a procedencia do nome da rúa e na que aparece o novo logotipo da cidade, polo que ambas as dúas son perfectamente visibles. En conxunto reflicten a paratradución que a cidade fai de si mesma ao integrar iconografía da

súa vella identidade e da nova, a mestizaxe perfecta como base tradutolóxica. A nova imaxe que parte e se nutre da antiga sen prevalecer unha sobre outra, sen anularse ningunha delas.



Azul Bilbao e sinalización

O espazo urbano desenvólvese baixo a atenta lectura de quen o planifica e o vive, mais tamén baixo a lectura da propia cidade, que como ente vivo amosa as súas propias esixencias a través de diversos medios. O resultado da transformación, neste caso, ten como estandarte unha imaxe visible, omnipresente diría eu, forte, con personalidade pero coa capacidade de para-traducirse dependendo do espazo paratextual que quere ocupar. A simbiose entre identidade, marca e símbolo estreita as súas fronteiras ata se esvaer de tal xeito que se borran e as marxes toman posicións centrais ao mesmo tempo que as posicións centrais se moven á marxe sen ter este movemento ningunha consecuencia para a identidade que se expresa. Unha vez establecida e restablecida a imaxe de Bilbao, e tendo en conta a actual situación económica e social, é hora de abordar a cuestión da acollida intercultural e multicultural con respecto a esta identidade tan marcada.

Bilbao, cidade mestiza

Bilbao, recordemos autoproclamada centro do mundo, é cidade de acollida dende os primeiros anos do século XX, aínda que só dende hai uns 15 anos a inmigración é diferente. É pronto para facer un balance real de como asume a cidade a multiculturalidade ou a chamada diversidade cultural, mais de certo existe un interese real por expandir a mestizaxe natural da cidade cara as novas visitas que comezaron a habitala. A sociedade bilbaína é asociativa e iso favoreceu a proliferación de entidades de axudas aos inmigrantes e de asociacións culturais con axuda municipal, que buscan fomentar a multiculturalidade dende a base da mestizaxe de identidades. O comercio é, por suposto, o aspecto máis visual desta convivencia nos limiares dos locais comerciais, na que destacan magrebís e africanos na súa exteriorización da forma de integración ou chamamento á comunicación e coñecemento. O Restaurante Berebar foi un dos primeiros restaurantes de cocíña árabe da cidade e

un dos que ten loitado abertamente por esa mestizaxe sen exclusión. O rótulo do restaurante aparece en árabe, español, euskera e tifinagh (escritura bereber).



Bar Restaurante Berebar

Na xanela da dereita pódese ler «benvidos» en euskera e tifinagh.

Algo moi importante á hora de comprobar a convivencia, a que non implica a oposición de integración-exclusión, nestes comercios é que acoden a eles os que chamamos «bilbaínos vellos», que son os habitantes naturais destes barrios. Este feito é unha verdadeira mostra de operación transcultural e paratradución social xa que dúas identidades moi marcadas interaccionan e, polo tanto, crecen sen desdeñar nin desterrar ningunha das propiedades da Outra. Existe a visión e o recoñecemento do Outro aínda tendo en conta que por idade e educación estes bilbaínos vellos adscritos á *txapela* non teñen bagaxe nestas lides. Os comercios abertos nesta zona forman un tecido de interesante análise sociourbana, o comercio de toda a vida vai deixando paso aos proxectos empresariais da xente nova e aos comercios dos inmigrantes, comercios cada vez máis coidados e con mellor presenza e aparencia, algo que se ten moi en conta nesta cidade, coas súas propias paratraducións dalgúns emblemas que conviven dun modo moi visible e patente. Hai que salientar que os rótulos nas tres linguas é o máis habitual nestes comercios.

Algúns executan a súa propia paratradución nos limiares dos locais comerciais deixando patente a procedencia, e con ela a identidade do local no que se instalaron. Neste bar restaurante decidiron non eliminar de todo a presenza da imaxe antiga (que se mantén igual de borrosa, cal palimpsesto), e ao manter esa parte da identidade abre o campo para que o cambio non supoña unha rup-

tura para os asiduos senón unha nova perspectiva de comunicación mantendo viva a identidade do Outro.



Restaurante Marhaba (antigo bar restaurante Begoña)

Outro son máis arriscados e paratraducen a esencia do anterior contido do local, como a que se fixo nesta outrora mesquita reconvertida en tenda de roupa co nome de *Culto*. A asociación de comerciantes paratraduce o seu interese polas novas culturas de recepción a través deste felpudo que acolle ao visitante e que lle invita a recordar unha lei básica de urbanidade.



Conclusión

Comezaba este artigo falando da cidade como macrotexto no que se presentan os diferentes discursos presentes no texto. Xa dicía Roland Barthes que a cidade é un discurso e que este discurso é unha verdadeira linguaxe. As diferentes formas nas que os elementos presentes na cidade se amosan a ollos dos lectores-transeúntes son indicativos non só da expresión dos diferentes elementos textuais senón de todos os elementos paratextuais que xorden das marxes para traducir as diversas realidades que habitan a cidade e que se expresan e fan visibles aos seus habitantes. Elementos que, moitas veces, dende esas mesmas marxes guían a lectura consciente ou inconsciente dos habitantes da cidade. Todos os elementos presentes nas marxes son tan importantes ou máis que os elementos que podemos denominar centrais, porque nas marxes está toda a información que sustenta a estrutura do que se traduce. Deste xeito,

son moitas as maneiras nas que a identidade se paratraduce para facerse visible a outras identidades e establecer a base dunha comunicación bidireccional que redunde nun enriquecemento mutuo sen excluír nada nin a ninguén, unha verdadeira mestizaxe. A mestizaxe é a forma de identidade válida se o que se desexa verdadeiramente é establecer as raíces da verdadeira multiculturalidade e que esta vaia máis alá da terminoloxía manida cara a unha operación transcultural real.

A transformación de Bilbao foi a base dende a que comezar a ver o entorno e a súa transformación partindo da súa propia identidade. Unha cidade cunha marca identitaria propia moi forte e na que a paratradución desa identidade lle permite autorregurxitala e cambiala, desprazando a vella pero sen eliminala, exercendo unha sorte de mestizaxe natural que forma parte da súa idiosincrasia. Acepta a convivencia con seu pasado e co peso que este imprimiu no carácter da cidade e ao mesmo tempo tenta crear un espazo para acoller as novas culturas que imprimirán a súa pegada nela.

Bibliografía

- BILBAO RÍA 2000. www.bilbaoria2000.org
- BARTHES, Roland (1985). *L'Aventure sémiologique*, Paris: Seuil.
- BOURDIEU, Pierre (1980). *El sentido práctico*, Madrid: Taurus.
- GARRIDO VILARIÑO, Xoán Manuel (2005). «Texto e paratexto. Tradución e paratradución» *Viceversa*, 9-10 (2003/2004): 31-39.
- LAPLANTINE, François e Alexis NOUSS (2008). *Mestizajes, de Arcimboldo a zombie*. México: Fondo de Cultura Económica.
- ROMASANTA, M.^a Ángeles (2011a). «Para-traducir identidades I: del Botxo a Bilbao», en YUSTE FRÍAS, J. [dir.], *Décima Píldora T&P*, Vigo: Píldoras T&P, 1/03/2011, [na rede] <<http://paratraduccion.com/index.php/es/web-tv/pildoras/145-para-traducir-identidades-i-del-botxo-a-bilbao.html>>
- ROMASANTA, M.^a Ángeles (2011b). «Para-traducir identidades II: la traducción como mestizaje», en YUSTE FRÍAS, J. [dir.], *Undécima Píldora T&P*, Vigo: Píldoras T&P, 1/03/2011, [na rede] <<http://paratraduccion.com/index.php/es/web-tv/pildoras/146-para-traducir-identidades-ii-la-traducion-como-mestizaje.html>>
- YUSTE FRÍAS, José (2005). «Desconstrucción, traducción y paratraducción en la era digital», en YUSTE FRÍAS E A. ÁLVAREZ LUGRÍS [eds.], *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión*, Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, col. T&P, nº 1, pp. 59-82. Capítulo disponible en la web del autor: <<http://webs.uvigo.es/jyuste/docu/publicaciones/JoseYusteFrias%202005c.pdf>> (Consultado o 1/11/2012).
- YUSTE FRÍAS, José (2008). «Pensar en traducir la imagen en publicidad: el sen-

tido de la mirada». *PLP Pensar La Publicidad*, vol. II, n.º 1 (2008): 141-170. Disponible en la web del autor:

<<http://webs.uvigo.es/jyuste/docu/publicaciones/JoseYusteFrias2008.pdf>>

YUSTE FRÍAS, José (2010). «Au seuil de la traduction : la paratraduction», en NAAIKENS, T. [ed.] *Event or Incident. Événement ou Incident. On the Role of Translation in the Dynamics of Cultural Exchange. Du rôle des traductions dans les processus d'échanges culturels*, Berna, Berlín, Bruselas, Frankfurt am Main, Nueva York, Oxford, Viena: Peter Lang, col. *Genèses de Textes-Textgenesen* (Françoise Lartillot [dir.]), vol. 3: 287-316. Información detallada sobre a publicación dispoñible na web do autor:

<<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/prueba-libros/64-informacion-detallada/174-au-seuil-de-la-traduction-la-paratraduction.html>>