

Recibido / Received: 23/04/2025
Aceptado / Accepted: 01/05/2025

Para enlazar con este artículo / To link to this article:
<http://dx.doi.org/10.6035/MonTI.2025.ne8.01>

Para citar este artículo / To cite this article:

ÁLVAREZ JURADO, Manuela & Francisco LUQUE JANODET. (2025) "Panorama de la traducción turística: tendencias y retos futuros." En: Álvarez Jurado, Manuela & Francisco Luque Janodet (eds.) 2025. *La traducción del discurso turístico: desafíos actuales y emergentes / The translation of tourism discourse: current and emerging challenges*. *MonTI* Special Issue 8, pp. 8-39.

PANORAMA DE LA TRADUCCIÓN TURÍSTICA: TENDENCIAS Y RETOS FUTUROS

LANDSCAPE OF TOURISM TRANSLATION: TRENDS AND FUTURE CHALLENGES

FRANCISCO LUQUE JANODET
francisco.luque@uco.es
Universidad de Córdoba

MANUELA ÁLVAREZ JURADO
ff1aljum@uco.es
Universidad de Córdoba

Resumen

La literatura científica en torno a la traducción turística ha aumentado considerablemente en las últimas dos décadas. En este estudio, proponemos una revisión bibliográfica que nos permita discernir las principales tendencias abordadas hasta el momento desde la perspectiva de la traductología. Entre ellas, debemos destacar las contribuciones relacionadas con la traducción de culturemas y de términos gastronómicos, pero también otros estudios centrados en nuevas modalidades turísticas. Asimismo, reflexionaremos sobre los retos a los que el traductor deberá hacer frente en los próximos años, en una era caracterizada por la inteligencia artificial.

Palabras clave: Discurso turístico; Traducción turística; Traductología; Turismo.



Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>.

Abstract

Scientific literature on tourism translation has grown considerably over the last two decades. In this study, we propose a bibliographic review that allows us to discern the main trends addressed so far from the perspective of translatology. Among them, we should highlight the contributions related to the translation of culturemes and gastronomic terms, but also other studies focused on new types of tourism. Furthermore, we will reflect on the challenges that translators will face in the coming years, in an era characterised by artificial intelligence.

Keywords: Language of tourism; Tourism translation; Translatology; Tourism.

1. Introducción

El turismo es un sector de indudable peso en la economía española e internacional, con un discurso particular, que hace uso, muy a menudo, de estrategias discursivas para invitar al turista a visitar la región y realizar distintas actividades. Es un discurso, además, que se adapta a multitud de situaciones y de géneros textuales, especialmente en un momento en el que la promoción turística se realiza por nuevas vías, como las redes sociales.

En este contexto y antes de proseguir, consideramos pertinente recoger la definición de turismo propuesta por UN Tourism (s.f.), que describe esta realidad como:

[...] a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourists or excursionists; residents or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which involve tourism expenditure.

Es bien sabido que este se constituye como un factor de desarrollo social y económico fundamental para los Estados y sus regiones. De acuerdo con la Cuenta Satélite de Turismo de España del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2024), la actividad turística alcanzó en España los 184 002 millones de euros en el año 2023, lo que se traduce en un 12,3 % del PIB nacional. Sin duda, el turismo está superando las cifras anteriores a la pandemia, que ya batían récords. Así y como veremos en las próximas páginas, en 2024 nuestro

país recibió 93,799 millones de turistas internacionales (INE 2025b), lo que da cuenta del atractivo que posee para el visitante extranjero.

En este contexto, han surgido nuevas modalidades turísticas que buscan ampliar la oferta actual, atraer al visitante y hacerle partícipe de las actividades propuestas en el destino. Para ello, se ha desarrollado un discurso particular, informativo, pero sugestivo, con trasvases terminológicos entre distintos ámbitos (Calvi 2016), y enmarcados en numerosos géneros textuales que acaban modulándolo de acuerdo con sus convenciones.

La correcta comunicación multilingüe e intercultural en este contexto es fundamental para atraer al posible turista antes de la elección definitiva del destino y durante su estancia en el mismo, por lo que la traducción desempeña un papel primordial desde el primer momento, como en la promoción en redes sociales, en las páginas web o aplicaciones disponibles para *smartphones*, y abarcando hasta la información ofrecida en el hotel y en los monumentos que serán visitados —incluyendo en este caso las posibles visitas virtuales, síncronas o asíncronas, que se ofrezcan—. De este modo, como señala Policastro Ponce (2024: xvii):

Gracias a la labor traductora, el viajero tiene la posibilidad de inmiscuirse en una experiencia cautivadora de interacción con diversas manifestaciones culturales, perpetuando la noción de que la traducción turística constituye un vínculo indiscutible entre la riqueza cultural y la eficacia comunicativa.

Esto, sumado al aumento de estudios en torno a la traducción turística que se ha experimentado en los últimos años, nos lleva a preguntarnos en qué estado se encuentra la literatura científica relacionada con este tipo de traducción. Pretendemos, por tanto, presentar las principales tendencias desde las que se ha abordado su estudio en las últimas décadas mediante una revisión bibliográfica, y considerar los posibles retos a los que hacer frente en el futuro.

2. Algunos datos sobre la situación actual del turismo en España

El turismo es una actividad que nos acompaña desde hace siglos. Como indica Leiper (1983: 277), la palabra *tourism* apareció en 1811 por primera vez en el *Oxford English Dictionary* y cuya etimología provendría del griego, pues:

The root or etymology, according to that and other dictionaries, is the Greek word for a tool used in describing a circle. In a sense, tourism intrinsically involves a circular itinerary in that tourists return to their point of origin, home. (Leiper1983: 277)

De acuerdo con Rozo Bellón (2024: 283), los primeros antecedentes del turismo moderno aparecieron a comienzos del siglo XVII con el *Grand Tour*, es decir, con los desplazamientos de los jóvenes aristócratas ingleses y europeos, que partían de viaje, de uno a tres años, para descubrir nuevas expresiones artísticas y culturales de Europa occidental.

De hecho, la evolución del turismo y su estudio han sido objeto de estudio por parte de los especialistas. Ardila (2015) recoge la existencia de dos escuelas principales en lo concerniente a las implicaciones del turismo: la escuela naturalista o eternista y la escuela histórico-evolutiva. Ambas han propuesto sus propias etapas en la historia del turismo, aunque estas “no son definidas ni ocurren simultáneamente en todas partes, dada la complejidad de esta actividad” (Ardila 2015: 145).

Por supuesto, mucho ha evolucionado el turismo desde el *Grand Tour* hasta el turismo actual, convirtiéndose en una actividad mucho más democratizada, con cifras nunca vistas en países como España y con una amplísima oferta. En efecto, como hemos mencionado, en la introducción a este artículo, la actividad turística alcanzó los 184 002 millones de euros en el año 2023, lo que se tradujo en un 12,3 % del PIB nacional (INE 2024). Y, de hecho, en nuestro país, se han mejorado significativamente las cifras de turismo con respecto a 2019. De los 83,7 millones de turistas que nos visitaron a lo largo de ese año, la cifra ha aumentado a 93,799 millones de personas (INE 2020, 2025b), lo que muestra una recuperación notoria con respecto a la situación de la pandemia por COVID-19 y sus consecuentes restricciones en la movilidad.

De acuerdo con los datos del INE (2025b), quienes más nos visitaron en 2024 fueron los habitantes de Reino Unido (18,40 millones de personas), seguidos de franceses (12,98 millones), alemanes (11,93 millones) e italianos (5,43 millones), que, en total, suman algo más de 48,75 millones de visitantes internacionales. Por comunidades autónomas, las más visitadas por los turistas extranjeros son Cataluña (19,93 millones), Islas Baleares (15,31 millones), Islas Canarias (15,22 millones) y Andalucía (13,59 millones) (INE 2025b).

Con respecto al gasto medio de los turistas, de acuerdo con la Encuesta de Gasto Turístico del INE (2025a), el gasto total alcanzó los 126 282 millones de euros, con un incremento del 16,1 % con respecto al año anterior, con un gasto medio por turista de 1441 € y un gasto medio diario de 159 €.

Con respecto a los motivos del viaje, indica el INE (2025c) que la categoría “Ocio, recreo y vacaciones” fue la opción preferida (81,049 millones de turistas), mientras que “Negocios, motivos profesionales” fue la elegida por 5,148 millones de personas. La opción “Otros motivos” fue la escogida por 7,561 millones de personas. Estos turistas accedieron principalmente por los aeropuertos españoles (77,119 millones), seguidos de las carreteras (14,256 millones), los puertos (2,104 millones) y el tren (279 145) (INE 2025d).

Como hemos podido ver, el turismo posee un papel preponderante en nuestra economía. Son diversos los tipos de turismo y las actividades propuestas, algunas de las cuales se vieron potenciadas en estos últimos años, especialmente tras la pandemia de COVID-19, como el turismo de naturaleza (Capdepón Frías 2023) o el turismo sostenible, aunque con resultados dispares (Rivera García & Pastor Ruiz 2024: 81), puesto que su aportación a la sostenibilidad podría depender de “si logra convertirse en una actividad respetuosa del entorno y sus pilares fundamentales, al conectarse con la calidad, continuidad y equilibrio en la búsqueda de la mejora continua de la vida de la población local” (Falconi-Yépez *et al.* 2024: 1527). Esta búsqueda de la sostenibilidad en el turismo ha llevado a la inclusión de algunas metas al respecto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU s.f.), como:

- Meta 8.9: “By 2030, devise and implement policies to promote sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products”.
- Meta 12.B: “Develop and implement tools to monitor sustainable development impacts for sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products”.
- Meta 14.7: “By 2030, increase the economic benefits to Small Island developing States and least developed countries from the sustainable use of marine resources, including through sustainable management of fisheries, aquaculture and tourism”.

Esto mismo ha llevado a la creación de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 que pretende fundamentar el crecimiento turístico en los siguientes principios: crecimiento socioeconómico, preservación de los valores naturales y culturales, beneficio social, participación y gobernanza, adaptación permanente y liderazgo (Ministerio de Industria y Turismo s.f.).

Sin duda nos encontramos ante un buen momento para el sector turístico. La variedad de actividades y de géneros conlleva una hibridación de su discurso y una serie de retos para su traducción, muchos de los cuales ya han sido analizados, con mayor o menor grado de atención, desde la traductología.

3. Tendencias en la investigación sobre traducción y discurso turísticos

La reflexión lingüística y filológica en torno al discurso turístico cuenta con una tradición de más de tres décadas, con un importante número de autores y contribuciones que han abordado desde diferentes enfoques el discurso y los géneros turísticos, al principio desde una perspectiva general y, en los últimos años, desde una óptica mucho más centrada en aspectos concretos o en torno a un tipo de turismo en particular.

Desde una perspectiva amplia, donde se analizan las características del discurso turístico, destacamos las contribuciones de Dann (1996), Calvi (2000, 2006a, 2006b, 2016), Aragón Cobo, Eurrutia Cavero & Planelles Iváñez (2006), Gotti (2006), Nigro (2006), Calvi & Bonomi (2008), Bugnot (2009), Calvi & Mapelli (2011) o Liverani & Canals (2011). Por su parte, Borrueco Rosa (2006b) editó una monografía colectiva sobre la especialización lingüística en el sector turístico; Sanmartín Sáez (2012) sobre el discurso turístico usado en internet, y, recientemente, Durán Muñoz & Jiménez Navarro (2024) han coordinado una monografía sobre el discurso del turismo de aventura.

Desde este enfoque lingüístico, se han realizado contribuciones de gran interés, como la de Chierichetti, Garofalo & Mapelli (2019: 3), en la que se propone abordar el discurso turístico desde una perspectiva ecolingüística, dada la interacción entre este discurso y su medio ambiente de uso, pues “los recursos léxico-gramaticales y retóricos de la comunicación turística están profundamente moldeados por el escenario físico, cultural y social

en el que se promociona o se realiza la experiencia del viaje” (Chierichetti, Garofalo & Mapelli 2019: 4). Por otro lado, centrándonos en este discurso desde una perspectiva comunicativa, encontramos los estudios de Boyer & Viallon (1994) y de Baidier, Burger & Goutsos (2004).

Si tenemos en cuenta otros enfoques, destacamos los estudios de Calvi (2006a), sobre los términos de carácter cultural, y de Calvi & Mapelli (2010) sobre la presencia de términos culturales en las páginas webs turísticas. Desde una perspectiva lingüística y en relación con la imagen del destino turístico, Cantón Rodríguez (2020) aborda la identidad y las imágenes de España en los blogs de turismo franceses y las representaciones sobre Andalucía en blogs (2021), un género también analizado por Deseilligny & Ange (2011). Relacionadas con el léxico y la terminología, cabe resaltar la contribución de Eurrutia Cavero (2012) relativa al léxico del transporte y de la gestión desde un enfoque semántico en francés y español, así como los estudios de López Santiago (2016) sobre el análisis del léxico de las habitaciones en la promoción de hoteles franceses y canadienses en internet, las denominaciones del turismo alternativo en francés (2018) y el léxico del turismo religioso (2019). Centradas en la variación lingüística, destacaremos la contribución de Estornell Pons (2021), sobre la codificación y la variación léxica en el turismo activo, y de Planelles Iváñez (2016), sobre la sinonimia y neología en el discurso turístico en francés.

Cabe resaltar, del mismo modo, los estudios centrados en la persuasión en el discurso turístico, entre ellos aquel de Suau Jiménez (2011) centrado en las páginas webs institucionales a través del metadiscurso interpersonal, y el relativo a la construcción discursiva de la subjetividad en las quejas de los viajeros en TripAdvisor (2017); de Soto Almela (2017) sobre los verbos cognitivos, sensoriales y afectivos en el discurso promocional de sitios web institucionales españoles, y de Goethals & Segers (2021) centrado en la adjetivación en los folletos de Turespaña y en la guía Minube.

Con respecto al papel de la metáfora en el discurso turístico, encontramos los estudios de Planelles Iváñez (2014) y Luque Janodet (2020), este último enmarcado en el enoturismo. Con una perspectiva histórica, hemos de resaltar la contribución de Pedote (2017) relativa al léxico del turismo en los siglos XIX y XX, y de Álvarez Jurado (2019) sobre la guía de viajeros en el siglo XIX.

Desde el ámbito de la idiomática, Piccioni & Pontraldolfo (2019) abordan la construcción del espacio turístico mediante la fraseología metafórica, mientras que Jiménez Navarro & Durán Muñoz (2024) analizan las colocaciones en el turismo de aventura en inglés, y Trinado Jiménez (2025) se centra en la fraseología y el léxico del sector de la orfebrería en el contexto turístico. Calvi (2010), por su parte, aborda las características y la clasificación de los géneros y macrogéneros turísticos; González García (2012) aborda los géneros turísticos en internet, y Sanmartín Sáez (2014) analiza el portal de turismo *spain.info* y el perfil institucional de Facebook denominado *See Spain*.

Del mismo modo, muchas son las contribuciones centradas en la didáctica del discurso turístico. Destacamos los estudios de Planelles Iváñez & Martí Marco (2001); de Almahano Güeto (2006), de Garrido Íñigo & Granda Rossi (2020) sobre las representaciones gráficas y el uso de corpus para la enseñanza del español turístico; de Eurrutia Cavero (2022), sobre la enseñanza-aprendizaje de los valores culturales en el léxico turístico, de Luque Janodet (2022b) sobre la adquisición en el aula de FLE del discurso oleoturístico; de López Mújica (2022) sobre el uso de redes sociales en la didáctica de FLE en el Grado en Turismo y sobre la aplicación de leyendas y cuentos en la enseñanza del francés en el Grado en Turismo (2024), y, finalmente, de Cuevas Montero (2025) sobre el análisis de errores de estudiantes francófonos en el ámbito turístico.

Por último, no debemos olvidar el papel del turismo y de los viajes en la literatura. Este es el caso de las contribuciones de, entre otros, Alburquerque García (2011), sobre la evolución del relato de viajes, o de Gómez Campos (2025) sobre el turismo en Senegal a través de la obra de Aminata Sow Fall

Por su parte, los estudios sobre la traducción turística tardaron algunos años en consolidarse y, como señala Calvi (2019), esta

todavía no ha alcanzado los necesarios parámetros cualitativos; la industria del turismo tiende a subvalorar el peso de la traducción en la experiencia del turista, con resultados que van desde la inadecuación a la falta total de calidad y profesionalidad. (Calvi 2019: 70)

No obstante, en estos últimos años, la producción científica ha aumentado considerablemente, mostrando cierta robustez y un alto grado de especialización, al abordar, cuestiones como la calidad del texto meta, la traducción

de la terminología, la traducción de culturemas, la traducción automática o la accesibilidad, aunque, cierto es, queda camino por recorrer hasta alcanzar una producción científica similar a la de otros tipos de traducción. No obstante, en este contexto, han surgido foros de debate científico que reúnen a especialistas en torno a la traducción turística, como el Congreso Internacional “Traducción y Discurso Turístico” (TRADITUR), organizado en la Universidad de Córdoba, que acoge tanto contribuciones de carácter lingüístico y filológico como traductológico, en español, inglés, francés e italiano.

En lo referente a investigaciones de carácter teórico o aplicado, son numerosas las contribuciones en forma de artículos, capítulos de libro y tesis doctorales, pero también las monografías individuales y colectivas y los números especiales en revistas de impacto relacionadas con la traducción y el discurso turístico que se han publicado recientemente.

Por ejemplo, podemos encontrar varios números especiales de revistas científicas de impacto centrados en la comunicación y traducción turísticas, como el número 72 de *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* (2017), publicado con el título “Creación discursiva del destino turístico y del viajero. Maneras de ver, maneras de ser”. Otros números o dossieres centrados en esta temática son el número especial VII de la revista *Altre Modernità*, titulado “Mind the gap in tourism discourse: traduzione, mediazione, inclusione” y publicado en 2019, así como el número especial 7 de la revista *Onomázein*, con el título “Discurso turístico, lenguas y traducción”, del año 2020. Destacaremos, igualmente, el volumen 12 de la revista *Estudios de Traducción* (“La traducción del discurso turístico. Enfoques literarios, culturales y lingüísticos”), publicado en 2022, y el número especial 1 de la revista *Hikma*, publicado en 2024 con el título “La traducción turística contemporánea: evolución y enfoques multi e interdisciplinarios”, derivados del congreso TRADITUR.

En lo que respecta a publicaciones de tesis doctorales, podemos destacar las contribuciones de investigadoras e investigadores como De la Cruz Trainor (2003), sobre la clasificación de los textos turísticos y su traducción; de Nobs (2003) sobre la traducción de folletos turísticos; de Bugnot (2005), sobre la traducción de textos sobre la Costa del Sol (1960-2004); de Mira Rueda (2009), enfocada en el discurso turístico y su tratamiento

lexicográfico; de Durán Muñoz (2011), sobre el trabajo ontoterminográfico en la traducción de textos sobre el turismo de aventura; de González Pastor (2012), sobre la traducción de culturemas en los textos turísticos; de Solís Becerra (2013), relativa a la evaluación de traducciones en los sitios web de campamentos de turismo en Andalucía; de Santamaría Urbieto (2014), sobre la traducción de guías de viaje; de Soto Almela (2014), sobre la traducción de términos culturales en el ámbito turístico y su recepción en usuarios anglófonos; de Déniz Suárez (2015) sobre la traducción de los folletos de museos; de Pascual Cabrerizo (2016), sobre los géneros enoturísticos; de Gorozhankina (2017), sobre la traducción y calidad de los textos turísticos en español y ruso; de Valdenebro Arenas (2022), sobre los inicios del discurso turístico moderno en España y su traducción al alemán; de Liu (2023) sobre la eco-traducología en la traducción de publicidad turística online, o de Peñuelas Gil (2024a), centrada en la traducción automática de las expresiones multiverbales del turismo gastronómico.

En relación con las monografías publicadas, son numerosos los enfoques abordados en estas. Desde una perspectiva interdisciplinaria, eminentemente traductológica y lingüística, encontramos, entre otras, las monografías editadas por Palusci & Francesconi (2006), de Almahano Güeto & Postigo Pinazo (2013), de González-Fernández & Rodríguez-Tapia (2019), de Rodríguez-Tapia & González-Fernández (2020), de Policastro Ponce (2024) y de Álvarez Jurado & Policastro Ponce (2025), estas dos últimas derivadas del congreso TRADITUR. Desde la óptica de la traducción, destacamos la propuesta de Cronin (2000), la monografía editada por Fuentes Luque (2005), el volumen publicado por González Pastor (2018) sobre la traducción de culturemas en el ámbito turístico, aquella de Soto Almela (2019), sobre la traducción de la cultura en el sector turístico, y de Sulaiman & Wilson (2019) sobre las estrategias de traducción en la promoción turística.

En lo que respecta a la producción científica en torno a la traducción turística, podemos apreciar ciertas tendencias, que hemos recogido en la Tabla 1:

Accesibilidad	Agorni 2016. Navarro-Brotons & Cuadrado-Rey 2024. Sánchez Carnicer 2024. Medina Reguera & Avilés Márquez 2025. Zhu 2025.
Géneros, macrogéneros y cibergéneros y su traducción	Nobs 2006. Federici 2007. Suau Jiménez 2015. Calvi 2019. Santamaría Urbieta & Alcalde Peñalver 2019. González-Rey & Quintairos-Soliño 2022. Pascual Cabrerizo & González Aguilar 2024. Pascual Peña 2024.
Reflexiones en torno la traducción turística	Kelly 1998. Durán Muñoz 2009, 2012. Fuentes Luque 2019.
Corpus textuales	Gandin 2013.
Traducción de la cultura y de términos culturales	Cómitre Narváez 2004. Le Poder 2006. González Pastor 2012, 2018. Luque Janodet 2017. Soto Almela 2019.
Traducción de relatos de viajes	Campos Martín 2020. Pinilla Martínez 2020. Álvarez Jurado 2019, 2022b. Trinado Jiménez 2022. Gómez Campos 2024.
Traducción de elementos gastronómicos en el ámbito turístico	Bugnot 2006. Rodríguez Mesa 2019. Darias Marrero 2022. Francesconi & Arbusti 2024. López Tirado & Ortego Antón 2024.
Agroturismo	Fraille Vicente 2020. Pascual Cabrerizo 2020. Luque Janodet 2022a. Luque Janodet 2023. Luque Janodet & Álvarez Jurado 2025.

Traducción turística y multimodalidad	Llorens Simón 2017. Policastro Ponce 2020, 2022.
Didáctica de la traducción turística	Fischer 1998. Borrueco Rosa 2006a. Ponce Márquez 2006, 2008. Álvarez Jurado 2020. Guirao Ochoa 2020. Bourne & Castillo Ortiz 2024.
Evaluación de la calidad	González Pastor 2024.
Traducción automática	Plaza-Lara 2020. Minervi 2023. Cuadrado Rey & Navarro Brotons 2024. Peñuelas Gil 2024b.
Traducción museística	Guirao Ochoa 2019. Rodríguez Muñoz 2019. Alas Mínguez 2020. Leiva Rojo 2020. Rojas González 2020.
Calidad del texto	Durán Muñoz 2009. Sánchez-Lafuente 2012. Suau Jiménez 2015. Fluet Sánchez 2022. Fuentes Luque & Valdéz Rodríguez 2024. Rosa Sorlozano 2024. Roca & Mata Pastor 2025.
Nuevas modalidades turísticas	Almahano Güeto 2013. Carrillo Expósito 2019. Álvarez Jurado 2022c. Díaz-Millón 2025. Gómez Pulgarín 2025.

Tabla 1. Principales tendencias en la literatura científica sobre traducción turística

Podemos apreciar en este caso varias tendencias muy claras en la traducción turística, con líneas que han atraído especialmente la atención de los investigadores, como es la traducción de elementos culturales. En este sentido, como señala Calvi (2019):

Varios estudios están fundados en la actitud de los turistas (por ej. Nobs, Soto Almela Traducción, Soto Almela Recepción), pero habría que tener en

cuenta las distintas variables que intervienen en el proceso, en la perspectiva de las diferentes tipologías de turistas, y de las respectivas necesidades de encontrar textos traducidos; además, sería oportuno aplicar de forma más sistemática un enfoque basado en el género discursivo, muy relevante para la traducción especializada (García Izquierdo Competencia textual). Los documentos analizados suelen enmarcarse en un género determinado (folleto, página web, etc.), pero sería útil adaptar, en cada caso, los criterios de adecuación al “escenario discursivo” (Maingueneau) que es propio del género en cuestión.

Coincidimos con esta autora en que hay aspectos que deben ser abordados con mayor profundidad. No debemos olvidar la importancia del género textual y las características particulares de cada uno, así como el surgimiento de géneros en el ámbito turístico y que podrían plantear problemas al traductor, como los *podcasts* o las *visitas guiadas virtuales*. Asimismo, son escasos los estudios centrados en ciertas modalidades de turismo, algunas de ellas muy recientes, como es el caso del turismo de salud y belleza (Almahano Güeto 2013; Díaz-Millón 2025), el turismo sostenible (Carrillo Expósito 2019) o el turismo de mascotas (Gómez Pulgarín 2025), entre muchos otros. No obstante, como podemos apreciar, estos son estudios puntuales, por lo que será precisa una mayor reflexión traductológica en torno a estas cuestiones y otras señaladas, como la multimodalidad, la accesibilidad, la localización web o la adecuación del texto.

Son varias, además, las perspectivas desde las que abordar el turismo, como la ecotraductología (Liu 2023), la sociolingüística, la pragmática, la subjetividad, etc., pero también desde una perspectiva sincrónica —mayoritaria en los estudios que hemos recogido previamente— o diacrónica, centrada en los relatos de viajeros, la historia de la traducción o el estudio de géneros y su evolución. Sin duda, el estudio de los géneros existentes y de los posibles géneros que surjan en los próximos años serán objeto de estudio desde la óptica de la lingüística y la traductología. Por último, hay aspectos como la accesibilidad en el discurso turístico y su traducción (intra e interlingüísticas) que requieren de un mayor desarrollo teórico y aplicado.

De igual modo, los retos a los que tendrá que hacer frente la traducción en el ámbito turístico son diversos. Uno de ellos es, sin duda, el uso de la inteligencia artificial (IA) para la redacción de contenido promocional turístico y su traducción, lo que se suma a la traducción automática, la cual ya

ha centrado varios estudios. Así pues, en los próximos años será necesario evaluar la calidad y la adecuación de las traducciones propuestas por la IA en el ámbito turístico, la traducción de elementos culturales, de unidades fraseológicas, del mantenimiento de la identidad de marca, de la literalidad, etc. La labor de posesición en este caso será también una cuestión que requerirá de estudios adicionales.

No obstante, el principal reto al que se enfrenta y enfrentará la traducción turística sigue siendo la falta de interés por parte de los operadores, las agencias o los organismos públicos turísticos; en otras palabras, los emisores y redactores de los textos origen, responsables, además, de gestionar su traducción. En la actualidad, seguimos encontrando traducciones elaboradas por *softwares* de traducción automática o por personas sin formación en traducción ni conocimientos lingüísticos suficientes, que acaban elaborando textos con errores lingüísticos, de comprensión o de reformulación, que afectarán de lleno a la comprensión del texto por parte del receptor y que podrían incluso provocar que el futuro visitante descarte una oferta por la mala redacción y traducción. Así, un reto principal en esta línea no será otro que seguir insistiendo en la necesidad de la intervención humana (con formación en Traducción) para velar por la calidad del producto final.

5. Conclusiones

En este estudio hemos realizado un acercamiento a la literatura científica desarrollada en los últimos años en torno a la traducción turística. Son muchos los enfoques abordados hasta el momento, aunque el interés se ha centrado especialmente en la traducción de elementos culturales y en el papel del traductor como mediador interlingüístico y cultural. Pese a ser una línea relativamente reciente en los estudios de traductología, podemos destacar el grado de especialización de esta literatura, además de las corrientes en las que se han inscrito estos estudios, tanto de corte diacrónico como sincrónico. Nos encontramos en un momento de auge para el sector turístico, con una oferta cada vez más variada en un mundo conectado a través de internet. Los textos turísticos se presentan en un importante número de géneros que requerirán de una atención particular por parte del traductor. De ahí deriva la necesidad de que este tipo de encargos sea desarrollado por especialistas,

con competencia traductora, con formación y conocimientos de la lengua y cultura metas, para así realizar convenientemente tanto la traducción como la mediación intercultural. De ello depende la calidad y aceptabilidad del texto y la futura afluencia de turistas internacionales. Los traductores y traductoras, pese a encontrarnos en una época de IA, siguen siendo esenciales en la comunicación turística y, sin su trabajo, sería imposible la adecuada promoción de un destino.

Referencias bibliográficas

- AGORNI, Mirella. (2016) "Tourism across languages and cultures: accessibility through translation." *CULTUS* 2, pp. 8-27. <http://hdl.handle.net/10807/92007>
- ALAS MÍNGUEZ, Olga. (2020) "Exposición permanente vs. Exposición temporal en los museos de arte: traducción de catálogos y folletos." En: Rodríguez-Tapia, Sergio & Adela González-Fernández (eds.) 2020. *Lenguas y turismo*. Bern: Peter Lang, pp. 145-158.
- ALBURQUERQUE GARCÍA, Luis. (2011) "El 'relato de viajes': hitos y formas en la evolución del género." *Revista de Literatura* 73, pp. 15-34. <http://hdl.handle.net/10261/41946>
- ALMAHANO GÜETO, Inmaculada Concepción. (2006) "El uso de corpus textuales en la enseñanza / aprendizaje de las lenguas extranjeras aplicadas al turismo." En: Borrueco Rosa, María (ed.) 2006. *La especialización lingüística en el ámbito del turismo*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, pp. 11-31.
- ALMAHANO GÜETO, Inmaculada Concepción. (2013) "Promoción del turismo de salud alemán y español en la web 2.0." En: Almahano Güeto, Inmaculada Concepción & Encarnación Postigo Pinazo (eds.) 2013. *Turismo y salud*. Granada: Comares, pp. 125-176.
- ALMAHANO GÜETO, Inmaculada Concepción & Encarnación Postigo Pinazo (eds.). (2013) *Turismo y salud*. Granada: Comares.
- ÁLVAREZ JURADO, Manuela. (2019) "Guías de viajeros, hoteles y publicidad en el siglo XIX." En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) (2019). *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 181-197.
- ÁLVAREZ JURADO, Manuela. (2020) "Adquisición y transmisión del conocimiento experto a través de la traducción de las guías turísticas de

- arquitectura.” *Onomázein* especial 7, pp. 1-17. <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne7.01>
- ÁLVAREZ JURADO, Manuela (ed.). (2022a) “La traducción del discurso turístico. Enfoques literarios, culturales y lingüísticos.” *Estudios de Traducción* 12. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESTR/issue/view/3975>
- ÁLVAREZ JURADO Manuela. (2022b) “La recepción de los libros de viaje románticos. Análisis comparativo de la retraducción de *Voyage en Espagne* de Théophile Gautier.” *Estudios de Traducción* 12, pp. 3-14. <https://doi.org/10.5209/estr.81070>
- ÁLVAREZ JURADO, Manuela. (2022c) “Sobre la traducción del discurso sensorial del podcast de viajes.” En: Carreira, Viviana; Cornelia Plag & Conceição Carapinha (eds.) 2022. *Os discursos do turismo e o desafio da sua tradução*. Coimbra: Universidade de Coimbra, pp. 167-190.
- ÁLVAREZ JURADO, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.). (2025) *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins.
- ARAGÓN COBO, Marina; Mercedes Eurrutia Caveró & Montserrat Planelles Iváñez. (2006) “El lenguaje del turismo.” En: Alcaraz Varó, Enrique; José Mateo Martínez & Francisco Yus Ramos (eds.) 2006. *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ariel, pp. 233-246.
- ARDILA, Adelaida. (2015) “Turismo, los orígenes y significados.” *Turismo y Sociedad* 17, pp. 143-153. <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n17.09>
- BAIDER, Fabienne; Marcel Burger & Dionysis Goutsos (eds.). (2004) *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et l'altérité*. Paris: L'Harmattan.
- BORRUECO ROSA, María. (2006a) “El discurso turístico: estudio lingüístico aplicado a la enseñanza de la traducción.” *Hieronymus Complutensis* 12, pp. 69-78.
- BORRUECO ROSA, María (ed.). (2006b) *La especialización lingüística en el ámbito del turismo*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía.
- BOURNE, Julian & Pedro Jesús Castillo Ruiz. (2024) “‘Set in stunning countryside’: promoting the use of English tourist discourse patterns in students’ translations.” En: Policastro Ponce, Gisella (ed.) 2024. *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares, pp. 15-28.

- BOYER, Marc & Philippe Viallon. (1994) *La communication touristique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- BUGNOT, Marie-Ange. (2005) *Texto turístico y traducción especializada. Estudio crítico de un corpus español-francés sobre la Costa del Sol (1960-2004)*. Tesis doctoral inédita. Málaga: Universidad de Málaga. <http://hdl.handle.net/10630/2720>
- BUGNOT, Marie-Ange. (2006) “La traducción de la gastronomía: textos y contextos.” *TRANS* 10, pp. 9-22.
- BUGNOT, Marie Ange. (2009) *Le discours touristique ou la réactivation du locus amoenus*. Granada: Comares.
- CALVI, Maria Vittoria. (2000) *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Baroni: Viareggio-Lucca.
- CALVI, Maria Vittoria. (2006a) “El uso de términos culturales en el lenguaje del turismo: los hoteles y su descripción.” En: Calvi, Maria Vittoria & Luisa Chierichetti (eds.) 2006. *Nuevas tendencias en el discurso de especialidad*. Bern: Peter Lang, pp. 271-292.
- CALVI, Maria Vittoria. (2006b) *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco/Libros.
- CALVI, Maria Vittoria & Milin Bonomi. (2008) “El lenguaje del turismo: de los textos especializados a la comunidad del viajero.” En: Navarro, Carmen (ed.) 2008. *Terminología, traducción y comunicación especializada*. Verona: Fiorini.
- CALVI, Maria Vittoria. (2010) “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación.” *Ibérica* 19, pp. 9- 31.
- CALVI, Maria Vittoria & Giovanna Mapelli. (2010) “La presencia de términos culturales en las páginas web de turismo.” En: Civil, Pierre & Françoise Crémoux (eds.) 2010. *Nuevos caminos del hispanismo*, vol. 2. Madrid & Frankfurt: Iberoamericana & Vervuert.
- CALVI, Maria Vittoria & Giovanna Mapelli (eds.). (2011) *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang.
- CALVI, Maria Vittoria. (2016) “Léxico de especialidad y lengua del turismo.” En: Duffé Montalván, Aura Luz (ed.) 2016. *Estudios sobre el léxico. Puntos y contrapuntos*. Frankfurt: Peter Lang, pp. 187-214.
- CALVI, Maria Vittoria. (2019) “Géneros discursivos, diversidad cultural y traducción de textos turísticos.” *Altre Modernità* 21, pp. 69-86. <https://doi.org/10.13130/2035-7680/11633>

- CAMPOS MARTÍN, Natalia. (2020) “Traducción, historia y turismo: relatos de viajeros por la España del siglo XIX. Alexandre Laborde y su *Voyage pittoresque* (1806), vertido a la lengua castellana por Juan Fernández de Rojas en 1807.” *Onomázein* especial 7, pp. 206-223. <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne7.14>
- CANTÓN RODRÍGUEZ, María Loreto. (2020) “Nuevos espacios del discurso turístico: identidad e imágenes de España a partir de los blogs de turismo franceses.” En: Baynat Monreal, María Elena *et alii* (eds.) 2020. *TIC e interculturalidad: miradas cruzadas*. Granada: Comares, pp. 89-114.
- CANTÓN RODRÍGUEZ, María Loreto. (2021) “Représentations interculturelles dans le discours touristique des Blogs de voyages français : une vision de l’Andalousie stéréotypée?” *Anales de Filología Francesa* 29, pp. 75-97. <https://doi.org/10.6018/analesff.483031>
- CAPDEPÓN FRÍAS, Margarita. (2023) “El turismo de naturaleza en España: de las políticas de recuperación post-pandemia a la propuesta de alternativas.” *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 99, pp. 1-32. <https://doi.org/10.21138/bage.3444>
- CARRILLO EXPÓSITO, María Luisa. (2019) “Terminología del turismo: turismo sostenible, responsable, ecoturismo... cuando las palabras confunden a los viajeros.” En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) 2019. *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 37-60.
- CHIERICHETTI, Luisa; Giovanni Garofalo & Giovanna Mapelli. (2019) “Hacia una visión holística del discurso turístico.” *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 78, pp. 3-16. <https://doi.org/10.5209/clac.64368>
- CÓMITRE NARVÁEZ, Isabel. (2004) “La traducción de *culturemas* en publicaciones del sector turístico: un estudio empírico.” En: Gallegos Rosillo, José Antonio & Hannelore Benz Busch (eds.) 2004. *Traducción y cultura: el papel de la cultura en la comprensión del texto original*. Málaga: ENCASA Ediciones y Publicaciones, pp. 115-138.
- CRONIN, Michael. (2000) *Across the Lines: Travel, Language, Translation*. Cork: Cork University Press.
- CUADRADO REY, Analía & Lucía Navarro Brotons. (2024) “Aproximación a la traducción automática de *culturemas* gastronómicos en el ámbito turístico: estudio de caso (español, alemán, francés).” *Hikma* 23:1, pp. 111-139. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i1.15694>

- CUEVAS MONTERO, Rafael. (2025) “Análisis de errores de estudiantes francófonos en español con fines específicos (EFE): la interacción oral en el ámbito turístico.” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 32-39. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.04mon>
- DANN, Graham. (1996) *The Language of Tourism*. Oxon: Cab International.
- DARIAS MARRERO, Agustín. (2022) “La traducción de cartas de restaurante en un destino turístico: un estudio de caso.” *Estudios de Traducción* 12, pp. 25-34. <https://doi.org/10.5209/estr.80344>
- DE LA CRUZ TRAINOR, María. (2003) *La traducción de textos turísticos: propuesta de clasificación y análisis de muestras*. Tesis doctoral inédita. Málaga: Universidad de Málaga. <http://hdl.handle.net/10630/4603>
- DÉNIZ SUÁREZ, Genoveva Raquel. (2015) *La traducción de textos turísticos (español-inglés): los folletos de museos*. Tesis doctoral inédita. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <http://hdl.handle.net/10553/21655>
- DESEILLIGNY, Oriane & Caroline Ange. (2011) “Le maillage intertextuel des blogs de voyage.” *Littérature et Communication* 33, pp. 131-140.
- DÍAZ-MILLÓN, Mar. (2025) “Language management and health tourism: localization and transcreation as tools for tourism promotion.” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 61-68. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.07dia>
- DURÁN MUÑOZ, Isabel. (2009) “La traducción turística de calidad: una necesidad indudable en la España de hoy.” *Mundo Internet 2009. Actas del XII Congreso Iberoamericano de Internet, Telecomunicaciones y Sociedad de la Información*, pp. 558-563.
- DURÁN MUÑOZ, Isabel. (2011) *El trabajo ontoterminográfico aplicado a la traducción de textos del turismo de aventura (español, inglés, alemán): fases de preparación, elaboración y edición*. Tesis doctoral inédita. Málaga: Universidad de Málaga. <http://hdl.handle.net/10630/4847>
- DURÁN MUÑOZ, Isabel. (2012) “Caracterización de la traducción turística problemas, dificultades.” *Revista de lingüística y lenguas aplicadas* 7, pp. 103-114. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>

- DURÁN MUÑOZ, Isabel & Eva Lucía Jiménez Navarro (eds.). (2024) *Exploring the Language of Adventure Tourism. A Corpus-Assisted Approach*. Berlin: Peter Lang.
- ESTORNELL PONS, María. (2012) “Codificación y variación léxica en el turismo activo: análisis de un corpus de textos electrónicos promocionales y normativos.” En: López Santiago, Mercedes & David Giménez Folqués (eds.) 2012. *El léxico del discurso turístico 2.0*. Valencia: Universitat de València, pp. 61-84.
- EURRUTIA CAVERO, Mercedes. (2012) “Enfoque semántico contrastivo francés-español del léxico del transporte y de la gestión en el ámbito turístico.” *Revista de lingüística y lenguas aplicadas* 7, pp. 115-132.
- EURRUTIA CAVERO, Mercedes. (2022) “Enseñanza-aprendizaje de los valores culturales implícitos en el léxico del turismo desde un enfoque lexicográfico contrastivo fr.-esp./esp.-fr.” En: Eurrutia Cavero, Mercedes & Aránzazu Gil Casadomet (eds.) 2022. *El francés para fines específicos en ciencias humanas y sociales en el ámbito universitario*. Madrid: UAM, pp. 71-100.
- FALCONI-YÉPEZ, Pedro Segundo *et alii*. (2024) “Desafíos Y Oportunidades Del Turismo Post Pandemia a Nivel Global.” *MQRInvestigar* 8:1, pp. 1518-29. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.1518-1529>.
- FEDERICI, Eleonora. (2007) “What to do and not to do when translating tourist brochures.” En: De Stasio, Clotilde & Oriana Palusci (eds.) 2007. *The Language of Tourism. Turismo e mediazione*. Milan: Edizioni Unicopli, pp. 99-112.
- FISCHER, Martin. (1998) “*Sprachgefühl und Welterfahrung*. La traducción inversa de textos turísticos como ejercicios para fomentar la competencia lingüística.” En: Valero Garcés, Carmen & Isabel de la Cruz Cabanillas (eds.) 1998. *Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción*. Madrid: Universidad de Alcalá, pp. 227-244.
- FLUET SÁNCHEZ, María Nieves. (2022) *La calidad en el proceso de traducción ES>FR: estudio traductológico de la información web institucional sobre fiestas de Semana Santa de interés turístico internacional*. Tesis doctoral inédita. Murcia: Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10201/126212>
- FRAILE VICENTE, María Esther. (2020) “Las metáforas del enoturismo y su traducción.” En: Ibáñez Rodríguez, Miguel (ed.) 2020. *Enotradulengua. Vino, lengua y traducción*. Frankfurt: Peter Lang, pp. 169-200.

- FRANCESCONI, Armando & Irene Arbusti. (2024) “El portal de turismo Paradores. es: estrategias de narración y propuesta de traducción al italiano con especial atención al léxico gastronómico.” *Transfer* 19:1-2, pp. 1-27.
- FUENTES LUQUE, Adrián (ed.). (2005) *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrio.
- FUENTES LUQUE, Adrián (2019). “La traducción en la promoción turística: el caso de España, marca e imagen.” En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) 2019. *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 219-233.
- FUENTES LUQUE, Adrián, & María Cristina Valdés Rodríguez. (2024) “La vuelta al mundo en un clic: reflexiones sobre calidad en la traducción de promoción turística.” *Hikma* 23:1, pp. 231-251. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i1.15993>
- GANDIN, Stefania. (2013) “Translating the Language of Tourism. A Corpus Based Study on the Translational Tourism English Corpus (T-TourEC).” *Procedia - Social and Behavioral Science* 95, pp. 325-335. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.654>
- GARRIDO ÍÑIGO, Paloma & Isabel Granda Rossi. (2019) “Representaciones gráficas y corpus para la enseñanza del español de especialidad turística.” En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) 2019. *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 59-76.
- GOETHALS, Patrick & Lisa Segers. (2012) “El uso de los adjetivos en los folletos de turespaña y en la guía de viajes 2.0 Minube: un análisis de corpus.” En: López Santiago, Mercedes & David Giménez Folqués (eds.) 2012. *El léxico del discurso turístico 2.0*. Valencia: Universitat de València, pp. 117-152.
- GÓMEZ CAMPOS, Manuel. (2024) “La traducción de los primeros relatos de viajes a África: el caso de Paul Du Chaillu y su obra *Voyages et aventures dans l'Afrique Équatoriale* (francés-español.” En: Policastro Ponce, Gisella (ed.) 2024. *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares, pp. 335-354.
- GÓMEZ CAMPOS, Manuel. (2025) “De ‘estorbos humanos’ a fuente de ingresos: una visión del turismo actual en Senegal a través de la traducción de Aminata Sow Fall (francés-español).” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 78-92. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.09cam>

- GÓMEZ PULGARÍN, María Esther. (2025) “Análisis textual y terminológico del discurso turístico especializado: El turismo con mascotas (Inglés-Español).” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 69-77. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.08pul>
- GONZÁLEZ GARCÍA, Virginia. (2012) “El discurso del turismo en Internet: hacia una caracterización de sus géneros.” En: Sanmartín Sáez, Julia (ed.) 2012. *Discurso turístico e Internet*. Madrid: Iberoamericana Vervuert, pp. 13-50.
- GONZÁLEZ PASTOR, Diana. (2012) *Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el texto turístico*. Tesis doctoral inédita. Valencia: Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/17501>
- GONZÁLEZ PASTOR, Diana. (2018) *¿Cómo se traducen los culturemas del ámbito turístico? Análisis de estrategias de traducción, (español-inglés)*. Granada: Comares.
- GONZÁLEZ PASTOR, Diana. (2024) “La evaluación de la calidad de la traducción automática de los textos turísticos en la enseñanza de la traducción: un estudio cualitativo.” *Hikma* 23:3, especial 1, pp. 1-21. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16981>
- GONZÁLEZ-FERNÁNDEZ, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.). (2019) *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- GONZÁLEZ-REY, María Isabel & Alba Quintairos-Soliño. (2022) “Estereotipia, fraseología y traducción en las guías turísticas.” *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas* 16, pp. 109-133. <https://doi.org/10.26378/rnlaell632478>
- GOROZHANKINA, Tamara. (2017) *Estudio comparativo de la traducción de textos turísticos en español y ruso. Parámetros de calidad y análisis de corpus*. Tesis doctoral inédita. Granada: Universidad de Granada. <http://hdl.handle.net/10481/48763>
- GOTTI, Maurizio. (2006) “The language of tourism as specialized discourse.” En: Palusci, Oriana & Sabrina Francesconi (eds.) 2006. *Translating Tourism: Linguistic/Cultural Representations*. Trento: Università degli Studi di Trento & Editrice, pp. 15-34.
- GUIRAO OCHOA, Marta. (2019) “Función comunicativa y estrategias traductológicas: comparativa de dos entornos museísticos virtuales.” En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) 2019. *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 147-164.

- GUIRAO OCHOA, Marta. (2020) “Desarrollo de la competencia traductora español-inglés en textos turísticos mediante la práctica gramatical y sintáctica.” En: Rodríguez-Tapia, Sergio & Adela González-Fernández (eds.) 2020. *Lenguas y turismo*. Bern: Peter Lang, pp. 45-58.
- JIMÉNEZ NAVARRO, Eva Lucía & Durán Muñoz, Isabel. (2024) “Collocations of fictive motion verbs in adventure tourism. A corpus-based study of the English language.” *Revista Española de Lingüística Aplicada* 37:2, pp. 371-395. <https://doi.org/10.1075/resla.21042.jim>
- KELLY, Dorothy. (1998) “The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints.” *TRANS* 2, pp. 33-42. <https://doi.org/10.24310/TRANS.1998.v0i2.2354>
- LE PODER, Marie-Evelyne. (2006) “La traducción de referencias culturales en los textos turísticos: un caso concreto (combinación español/francés).” En: Bravo Utrera, Sonia & Rosario García López (eds.) 2006. *Estudios de traducción: problemas y perspectivas*. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, pp. 305-314.
- LEIPER, Nell. (1983) “An etymology of tourism.” *Annals of Tourism Research* 10, pp. 277-281. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90033-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90033-6)
- LEIVA ROJO, Jorge. (2020) “Qué (no) se traduce al español en los museos de la ciudad de Nueva York. Un estudio basado en corpus.” *Onomázein especial* 7, pp. 83-107. <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne7.06>
- LIVERANI, Elena y Jordi Canals (eds.). (2011) *El discurso del turismo: aspectos lingüísticos y variedades textuales*. Trento: Tangram Edizioni Scientifiche.
- LIU, Mingshu. (2023) *Aplicación de la eco-traductología en la traducción de la publicidad turística online*. Tesis doctoral inédita. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. <http://hdl.handle.net/10803/690932>
- LLORENS SIMÓN, Eva María. (2017) “¿Empatía, persuasión y/o comunicación efectiva? Traducción y multimodalidad en el sector turístico. Mensajes corporativos en el ámbito del ocio y el tiempo libre.” *E-Aesla* 3, pp. 290-310.
- LÓPEZ MÚJICA, Montserrat. (2022) “Enseñanza/aprendizaje del francés lengua extranjera en el grado de turismo a través de las redes sociales.” En: Bartolotta, Salvatore & Mercedes Tormo Ortiz (eds.) 2022. *Social Network, Interlingüística y Enseñanza de Lenguas*. Madrid: UNED, pp. 175-189.
- LÓPEZ MÚJICA, Montserrat. (2024) “Mitos, leyendas y cuentos en la era digital: su aplicación en la enseñanza del francés como lengua extranjera en el Grado de Turismo.” En: Eurrutia Cavero, Mercedes & Aránzazu Gil Casadomet

- (eds.) 2024. *Tecnología y comunicación mediática al servicio de la innovación docente en FLE*. Granada: Comares, pp. 193-214.
- LÓPEZ SANTIAGO, Mercedes. (2016) “Promoción de hoteles franceses y canadienses en Internet: análisis del léxico de las habitaciones.” En: Labra Centagoya, Ana Isabel *et alii* (eds.) 2016. *Crisis, ¿fracaso o reto? / Crises, échec ou défi?*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, pp. 407-420.
- LÓPEZ SANTIAGO, Mercedes. (2018) “El turismo alternativo: un análisis terminológico de las distintas denominaciones en lengua francesa de este fenómeno.” En: González González, Manuel *et alii* (eds.) 2018. *Terminología: a necessidade da colaboração*. Madrid & Frankfurt: Iberoamericana & Vervuert, pp. 93-111.
- LÓPEZ SANTIAGO, Mercedes. (2019) “El léxico del turismo religioso: perspectiva contrastiva español-francés.” *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación* 78, pp. 33-48.
- LÓPEZ TIRADO, Ana & María Teresa Ortego Antón. (2024) “La traducción español-inglés de los culturemas gastronómicos en los folletos turísticos: el caso de *tapa*.” En: Policastro Ponce, Gisella (ed.) 2024. *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares, pp. 61-75.
- LUQUE JANODET, Francisco. (2017). “Estudio y propuesta de traducción de los culturemas en la D. O. P. Montilla-Moriles.” *Skopos* 8, pp. 101-111. <https://doi.org/10.21071/skopos.v8i.10524>
- LUQUE JANODET, Francisco. (2020) “Aproximación al estudio de la metáfora conceptual en el discurso publicitario en francés y en español: el caso del enoturismo.” En: Rodríguez Tapia, Sergio & Adela González Fernández (eds.) 2020. *Lenguas y turismo*. Bern: Peter Lang, pp. 315-330.
- LUQUE JANODET, Francisco. (2022a) “Aproximaciones al discurso oleoturístico y su traducción: naturaleza, desafíos y estrategias (francés-español).” *Estudios de Traducción* 12, pp. 57-66. <https://doi.org/10.5209/estr.80576>
- LUQUE JANODET, Francisco. (2022b) “El Aprendizaje Basado en Proyectos en el aula universitaria de francés turístico: una propuesta didáctica para la adquisición del léxico oleoturístico.” En: Cobos Sanchiz, David *et alii* (eds.) 2022. *Educación para transformar: Innovación pedagógica, calidad y TIC en contextos formativos*. Madrid: Dykinson, pp. 3277-3286.
- LUQUE JANODET, Francisco. (2023) “El discurso apiturístico: consideraciones lingüísticas y terminológicas aplicadas a su traducción (francés-español).” En: García Peinado, Miguel Ángel & María del Carmen Balbuena Torezano

- (eds.) 2023. *La traducción de textos literarios y otras variedades de traducción*. Bern: Peter Lang, pp. 367-384.
- LUQUE JANODET, Francisco & Manuela Álvarez Jurado. (2025) "Las visitas virtuales a bodegas y su discurso. Consideraciones para su traducción (francés-español)." En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella PolICASTRO Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 219-127. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.13jan>
- MEDINA REGUERA, Ana & Desirée Avilés Márquez. (2025) "Textos turísticos en lectura fácil. Base de datos y clasificación." En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella PolICASTRO Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 104-118. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.11reg>
- MINERVINI, Rosaria. (2023) "La traducción automática español-italiano del turismo enogastronómico: un estudio de caso." *Cuadernos de Lingüística Hispánica* 42, pp. 1-20. <https://doi.org/10.19053/0121053x.n42.2023.16000>
- MIRA RUEDA, Concepción. (2009) *El discurso turístico en inglés y en español. Su tratamiento lexicográfico*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía. Online version: <https://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/36574.pdf>
- NAVARRO-BROTONS, Lucía & Analía Cuadrado Rey. (2024) "Adaptación de la traducción turística a las nuevas necesidades de accesibilidad cognitiva, Lectura Fácil interlingüística e intralingüísticas." En: PolICASTRO Ponce, Gisella (ed.) 2024. *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares, pp. 285-294.
- NIGRO, Maria Giovanna. (2006) *Il linguaggio specialistico del turismo: Aspetti storici, teorici, traduttivi*. Rome: Aracne.
- NOBS, Marie Louise. (2003) *Expectativas y evaluación en traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales*. Tesis doctoral inédita. Granada: Universidad de Granada. <http://hdl.handle.net/10481/1745>
- NOBS, Marie-Louis. (2006) *La traducción de folletos turísticos. ¿Qué calidad demandan los turistas?* Granada: Comares.
- PALUSCI Oriana & Sabrina Francesconi (eds.). (2006) *Translating Tourism: Linguistic/Cultural Representations*. Trento: Università degli Studi di Trento Editrice, pp. 15-34.

- PASCUAL CABRERIZO, María. (2016) *El texto enoturístico*. Tesis doctoral inédita. Valladolid: Universidad de Valladolid. 10.35376/10324/16845
- PASCUAL CABRERIZO, María. (2020) “Enoturismo 2.0.” En: Ibáñez Rodríguez, Miguel (ed.) 2020. *Enotradulengua. Vino, lengua y traducción*. Berlin: Peter Lang, pp. 201-220.
- PASCUAL CABRERIZO, María & Inés González Aguilar. (2024) “Aproximación al estudio del género discursivo visita guiada a una bodega y sus aplicaciones didácticas en la formación de traductores.” *Hikma* 23:3, especial 1, pp. 1-25. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16990>
- PASCUAL PEÑA, María. (2024) “Análisis y caracterización de las guías turísticas de buceo recreativo: el caso de *Le guide de la plongée sous-marine à Tahiti et ses îles* y su traducción al español.” *Hikma* 23:3, especial 1, pp. 1-21. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16991>
- PEDOTE, Giuseppe. (2017) “El léxico del turismo y sus géneros textuales en los siglos XIX y XX.” En: Sariego López, Ignacio *et alii* (eds.) 2017. *El diccionario en la encrucijada, de la sintaxis y la cultura al desafío digital*. Cueto: E.U. de Turismo Altamira, pp. 353-367.
- PEÑUELAS GIL, Isabel. (2024a) *Estudio contrastivo del tratamiento de las expresiones multiverbales del turismo gastronómico en los sistemas de traducción automática del español al inglés*. Tesis doctoral inédita. Valladolid: Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/67810>
- PEÑUELAS GIL, Isabel. (2024b) “La traducción automática de expresiones multiverbales en el turismo gastronómico: un estudio de caso.” *Hikma* 23:3, especial 1, pp. 1-27. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16992>
- PICCIONI, Sara & Gianluca Pontraldolfo. (2019) “La construcción del espacio turístico a través de la fraseología metafórica.” *Linguistik Online* 94:1, pp. 137-153. <https://doi.org/10.13092/lo.94.5436>
- PINILLA MARTÍNEZ, Julia. (2020) “Viaje o turismo a finales del siglo XIX y principios del XX.” *Onomázein* especial 7, pp. 175-190. <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne7.12>
- PLANELLES IVÁÑEZ, Montserrat & María Rosario Martí Marco. (2001) “Importancia de la enseñanza de las lenguas francesa y alemana en el contexto del turismo español.” En: Tonda Monllor, Emilia María & Antonio Mula Franco (eds.) 2001. *Scripta in memoriam*. Alicante: Universitat d’Alacant, pp. 525-534.

- PLANELLES IVÁÑEZ, Montserrat. (2014) “La metáfora como fuente de creación léxica en el lenguaje publicitario del turismo en francés y en español.” *Cédille* 10, pp. 305-318.
- PLANELLES IVÁÑEZ, Montserrat. (2016) “Sinonimia y neología en el lenguaje del turismo en francés.” En: López Santiago, Mercedes & David Giménez Folqués (eds.) 2016. *El léxico del discurso turístico 2.0*. Valencia: Universitat de València, pp. 175-196.
- PLAZA-LARA, Cristina. (2020) “La traducción automática y posesición para la enseñanza de la traducción inversa de textos turísticos.” En: Rodríguez-Tapia, Sergio & Adela González-Fernández (eds.) 2020. *Lenguas y turismo*. Bern: Peter Lang, pp. 77-94.
- POLICASTRO PONCE, Gisella. (2020) “La semiótica visual como estrategia de neuromarketing en textos digitales de promoción turística y su importancia para la traducción.” *Onomázein* especial 7, pp. 224-241.
- POLICASTRO PONCE, Gisella. (2022) “Identificación, descripción e interpretación del contenido semiótico y multimodal para la traducción de textos de promoción turística (francés-italiano).” *Estudios de Traducción* 12, pp. 95-107. <https://doi.org/10.5209/estr.81089>
- POLICASTRO PONCE, Gisella. (2024) “Prólogo.” En: Policastro Ponce, Gisella (ed.) 2024. *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares, pp. xvii-xxi.
- POLICASTRO PONCE, Gisella (ed.). (2024) *Traducción, discurso turístico y cultura*. Granada: Comares.
- PONCE MÁRQUEZ, Nuria. (2006) “Metodología en la clase de traducción: dificultades pragmático-culturales en la traducción de textos turísticos (Ejemplos de traducción español / alemán).” *Tonos digital* 12. Online version: <https://www.um.es/tonosdigital/znum12/secciones/tritonos%20B-Textos%20turisticos.htm>
- PONCE MÁRQUEZ, Nuria. (2008) “Ejercicio comparativo de un texto turístico original español con su traducción al alemán como fundamento metodológico para alumnos de los primeros años de traducción.” *RAEL* 7, pp. 55-78.
- RIVERA GARCÍA, Jorge & Ricardo Pastor Ruiz. (2024) “Evolución de la percepción sobre el turismo responsable de las agencias de viajes españolas tras la COVID-19: un análisis longitudinal.” *Gran Tour* 30, pp. 67-86. <https://www.eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/382>

- ROCA, Wendy & Carmen Mata Pastor. (2025) “La calidad de las traducciones de folletos turísticos impresos del español al inglés.” *Transfer* 20:1, pp. 63-83. <https://doi.org/10.1344/transfer.v20i1.46922>
- RODRÍGUEZ MESA, Francisco (2019) “Las estrategias de traducción de los términos gastronómicos italianos en las guías prácticas en español.” En: González-Fernández, Adela & Sergio Rodríguez-Tapia (eds.) 2019. *Estudios Lingüísticos en Torno al Turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 99-120.
- RODRÍGUEZ MUÑOZ, María Luisa. (2019) “(Para)textos en la traducción museística de arte contemporáneo. El caso de Jan Fabre en el CAAC.” En: Carrasco Bengoa, Cristina *et alii* (eds.) 2019. *Traducción y sostenibilidad cultural*. Salamanca: Universidad de Salamanca, pp. 359-366.
- RODRÍGUEZ-TAPIA, Sergio & Adela González-Fernández (eds.). (2020) *Lenguas y turismo Estudios en torno al discurso, la didáctica y la divulgación*. Bern: Peter Lang.
- ROJAS GONZÁLEZ, Alba. (2020) “Análisis de traducciones (inglés-español) en museos y espacios expositivos de la ciudad de Londres”. En: Barceló Martínez, Tanagua *et alii* (eds.) 2020. *Tendencias actuales en traducción especializada, traducción audiovisual y accesibilidad*. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 483-501.
- ROSA SORLOZANO, María Carmen. (2024) *Evaluación de la calidad de la traducción automática de reseñas turísticas en línea desde la perspectiva de la localización*. Tesis doctoral inédita. Valencia: Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/205487>
- ROZO BELLÓN, Edina Esperanza. (2024) “Paradigmas del turismo: desde el Grand Tour hasta el turismo posmoderno o contemporáneo.” *Turismo y Sociedad* 34, pp. 281-308. <https://doi.org/10.18601/01207555.n34.11>
- SÁNCHEZ CARNICER, Jaime. (2024) “Traducción y lectura fácil, no tan diferentes: el caso de los textos turísticos.” *Hikma* 23:3, especial 1, pp. 1-26. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16993>
- SÁNCHEZ-LAFUENTE, Ángela. (2012) “La evaluación de la calidad del discurso turístico traducido en Internet.” En: Santamaría Sáez, Julia (ed.) 2012. *Discurso turístico e Internet*. Madrid & Frankfurt: Iberoamericana & Vervuert, pp. 259-284.
- SANMARTÍN SÁEZ, Julia (ed.). (2012) *Discurso turístico e Internet*. Madrid & Frankfurt: Iberoamericana & Vervuert.

- SANMARTÍN SÁEZ, Julia. (2014) “A propósito de los “cibergéneros”: el portal oficial de turismo de España *spain.info* y el Facebook institucional *See Spain* como objeto de análisis.” *Lingüística Española Actual* 36:1, pp. 119-148.
- SANTAMARÍA URBIETA, Alexandra. (2014) *La traducción de las guías de viaje (inglés-español): análisis contrastivo de la información práctica*. Tesis doctoral inédita. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. <http://hdl.handle.net/10553/11913>
- SANTAMARÍA URBIETA, Alexandra & Elena Alcalde Peñalver. (2019) “La traducción turística de negocios: los elementos léxicos en las guías promocionales.” *Hikma* 18:2, pp. 9-35. <https://doi.org/10.21071/hikma.v18i2.11408>
- SOLÍS BECERRA, Juan. (2013) *La evaluación de traducciones en los nuevos géneros textuales: a propósito de los sitios web de campamentos de turismo en Andalucía (español-inglés)*. Tesis doctoral inédita. Málaga: Universidad de Málaga.
- SOTO ALMELA, Jorge. (2014) *Los términos culturales en el ámbito turístico español-inglés: traducción, manipulación y recepción real en usuarios anglófonos*. Tesis doctoral inédita. Murcia: Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10201/41596>
- SOTO ALMELA, Jorge. (2017) “Sensorialidad, cognición y afectividad en el lenguaje de promoción turística: un análisis de corpus de los verbos de percepción.” *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 72, pp. 63-78. <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.57902>
- SOTO ALMELA, Jorge. (2019) *La traducción de la cultura en el sector turístico. Una cuestión de aceptabilidad*. Berlin: Peter Lang.
- SUAU JIMÉNEZ, Francisca. (2011) “La persuasión a través del metadiscursivo interpersonal en el género Página Web Institucional de Promoción Turística en inglés y español.” En: Calvi, Maria Vittoria & Giovanna Mapelli (eds.) 2011. *La lengua del turismo: géneros discursivos y terminología*. Bern: Peter Lang, pp. 177-200.
- SUAU JIMÉNEZ, Francisca. (2015) “Traducción de calidad de webs hoteleras: discurso interpersonal e implicación del cliente.” *Onomázein* 32, pp. 152-170. <https://doi.org/10.7764/onomazein.32.8>
- SUAU JIMÉNEZ, Francisca. (2017) “Construcción discursiva de la subjetividad en lengua inglesa: cuando los viajeros se quejan a través de sus opiniones en TripAdvisor.” *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 72, pp. 79-94.
- SULAIMAN, Zain & Rita Wilson. (2019) *Translation and Tourism. Strategies for Effective Cross-Cultural Promotion*. Singapore: Springer.

- TRINADO JIMÉNEZ, Carmen. (2022) “Análisis del trasvase de los elementos culturales tibetanos en la traducción al español de *Voyage d'une Parisienne à Lhasa*.” *Estudios de Traducción* 12, pp. 15-24. <https://doi.org/10.5209/estr.80001>
- TRINADO JIMÉNEZ, Carmen. (2025) “Fraseología y léxico de la orfebrería en contextos turísticos (francés-español).” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 119-128. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.12jim>
- VALDENEBRO ARENAS, Marta. (2022) *Los inicios del discurso turístico moderno en España y su traducción al alemán a través de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)*. Tesis doctoral inédita. Valladolid: Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/60810>
- VARIOS AUTORES. (2017) “Creación discursiva del discurso turístico y del viajero. Maneras de ver, maneras de ser.” *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 72. <https://revistas.ucm.es/index.php/CLAC/issue/view/3182>
- VARIOS AUTORES. (2019) “Mind the gap in tourism discourse: traduzione, mediazione, inclusione.” *Altre Modernità* 21. <https://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/issue/view/1392>
- VARIOS AUTORES. (2020). “Discurso turístico, lenguas y traducción.” *Onomázein* especial 7. <https://ojs.uc.cl/index.php/Onom/issue/view/1709>
- VARIOS AUTORES. (2024) “La traducción turística contemporánea: evolución y enfoques multi e interdisciplinarios.” *Hikma* 23:3, especial 1. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3>
- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2020) “Un retrato de nuestros turistas.” https://www.ine.es/ss/Satellite?L=0&c=INECifrasINE_C&cid=1259952806229&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios%2FINECifrasINE_C%2FPYSDetalleCifrasINE#:~:text=83%2C7%20millones%20de%20viajeros,y%20un%20m%C3%ADnimo%20en%20enero
- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2024) “Cuenta Satélite de Turismo de España. Serie 2021-2023.” <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/CSTE2023.htm>
- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2025a) “Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR). Diciembre 2024 y año 2024. Datos provisionales.” <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/EGATUR1224.htm>

- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2025b) “Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR). Diciembre 2024 y año 2024. Datos provisionales.” <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/FRONTUR1224.htm>
- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2025c) “Movimientos Turísticos en Fronteras. Resultados nacionales. Número de turistas según motivo principal del viaje.” <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23985>
- VARIOS AUTORES (Instituto Nacional de Estadística). (2025d) “Movimientos Turísticos en Fronteras. Resultados nacionales. Número de turistas según vía de acceso.” <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23982>
- VARIOS AUTORES (Ministerio de Industria y Turismo. Gobierno de España). (s.f.) “Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030.” <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>
- VARIOS AUTORES (UN Tourism). (s.f.). “Glossary of tourism terms.” <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- VARIOS AUTORES (Organización de las Naciones Unidas). (s.f.) “Sustainable Development Goals.” <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>
- ZHU, Mo. (2025) “Dynamic equivalence in the translation of evocative texts: a case study on Bopiliao’s audio guide text.” En: Álvarez Jurado, Manuela & Gisella Policastro Ponce (eds.) 2025. *Nuevos Enfoques Lingüísticos y Traductológicos del Discurso Turístico*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 51-59. <https://doi.org/10.1075/ivitra.44.06zhu>

NOTAS BIOGRÁFICAS / BIONOTES

MANUELA ÁLVAREZ JURADO es Catedrática de Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba. Especializada en Historia de la Traducción Científico-Técnica, es autora de numerosas publicaciones en revistas y editoriales de impacto. Ha dirigido numerosas tesis doctorales de amplia temática y ha participado como ponente invitada en un elevado número de congresos tanto nacionales como internacionales. Preside el Congreso Internacional TRADITUR (“Traducción y Discurso Turístico”), que, en 2025, celebrará su cuarta edición en la Universidad de Córdoba. Es, además, coordinadora del grupo de investigación TRADIES (“Traducción y Discurso Especializado”). En el ámbito internacional colabora asiduamente con las universidades de

Sorbonne, Paris Cité y con el ISIT de París, en las que ha realizado estancias docentes y de investigación. Investigadora principal de Proyectos I+D internacionales y autonómicos, es evaluadora externa para revistas de gran relevancia tanto nacionales como internacionales.

MANUELA ÁLVAREZ JURADO is Professor of Translation and Interpreting at the University of Cordoba. Specializing in the History of Scientific-Technical Translation, she is the author of numerous publications in high-impact journals and publishing houses. She has supervised numerous doctoral theses on a wide range of subjects and has participated as an invited speaker in a large number of national and international conferences. She is also Director of the research group TRADIES (“Traducción y Discurso Especializado”). She chairs the International Congress TRADITUR (Translation and the Language of Tourism) which in 2025 will celebrate its fourth edition at the University of Cordoba. At the international level, she collaborates assiduously with the universities of Sorbonne, Paris Cité and ISIT in Paris, where she has carried out teaching and research stays. Principal investigator of international and regional ID projects, she is an external evaluator for national and international journals of great relevance.

FRANCISCO LUQUE JANODET es graduado en Traducción e Interpretación y doctor en Lenguas y Culturas por la Universidad de Córdoba, donde trabaja como Profesor Permanente Laboral en el Área de Traducción e Interpretación. Es miembro del Grupo de Investigación HUM-1108 “Traducción y Discurso Especializado” (TRADIES). Sus líneas de investigación abarcan la traducción científico-técnica, con especial énfasis en la traducción agroalimentaria, la traducción turística y la historia de la traducción.

FRANCISCO LUQUE JANODET holds a degree in Translation and Interpreting and a PhD in Languages and Cultures from the University of Córdoba, where he works as associate lecturer in the Area of Translation and Interpreting. He is member of the Research Group HUM-1108 “Traducción y Discurso Especializado” (TRADIES). His research interests include scientific and technical translation, with special emphasis on agri-food translation, tourism translation and the history of translation.