

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) "Landscape of tourism translation: trends and future challenges." In: 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. 40-71.

LANDSCAPE OF TOURISM TRANSLATION: TRENDS AND FUTURE CHALLENGES

PANORAMA DE LA TRADUCCIÓN TURÍSTICA: TENDENCIAS Y RETOS FUTUROS

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

MANUELA ÁLVAREZ JURADO
ff1aljum@uco.es
Universidad de Córdoba

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.



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/>.

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.

1. Introduction

Tourism is undoubtedly an important sector in the Spanish and international economy, with its own discourse, which often uses rhetorical strategies to encourage tourists to visit the region and take part in different activities. It is also a discourse that adapts to a wide range of situations and textual genres, especially at a time when tourism promotion is being carried out through new ways, such as social networks.

In this context, and before continuing, we consider it relevant to include the definition of tourism proposed by UN Tourism (n.d.), which describes it as:

[...] 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.

It is well known that this activity is a fundamental factor in the social and economic development of countries and their regions. According to the Spanish Cuenta Satélite de Turismo de España, carried out by the National Institute of Statistics (Instituto Nacional de Estadística, INE) (2024), tourism in Spain reached 184.002 billion euros in 2023, which translates into 12.3% of the national GDP. Tourism is undoubtedly exceeding pre-pandemic figures, which were already breaking records. As we will see in the

following pages, in 2024 Spain received 93.799 billion international tourists (INE 2025b), which demonstrates its appeal to foreign visitors.

In this context, new forms of tourism have emerged that seek to expand the current offering, attract visitors and involve them in the activities available at the destination. To this end, a specific discourse has been developed. It is informative but evocative, with terminological transfers between different fields (Calvi 2016) and framed within numerous textual genres that ultimately modulate it in accordance with their conventions.

Effective multilingual and intercultural communication in this context are essential for attracting potential tourists before they make their final choice of destination and during their stay. This is why translation plays a key role from the outset, from promotion on social media, websites and smartphone apps, to the information provided at the hotel and at the monuments to be visited, including any synchronous or asynchronous virtual tours that may be offered. As Policastro Ponce (2024: xvii) points out:

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.

This, in addition to the increase in the number of studies on tourism translation in recent years, leads us to wonder about the current state of scientific literature on this type of translation. Therefore, we aim to present the main trends in the study of tourism translation over the last few decades through a literature review and to consider the possible challenges that may arise in the future.

2. Some facts about the current situation of tourism in Spain

Tourism is an activity that has existed for centuries. As Leiper (1983: 277) points out, the word ‘tourism’ first appeared in the *Oxford English Dictionary* in 1811, and its etymology comes from Greek:

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. (Leiper 1983: 277)

As Rozo Bellón (2024: 283) indicates, the first signs of modern tourism appeared at the beginning of the 17th century with the *Grand Tour*, in other words, the travels of young English and European aristocrats who set off on journeys lasting one to three years to discover new artistic and cultural expressions in Western Europe.

In fact, the evolution of tourism and its study have been the subject of research by specialists. Ardila (2015) points to the existence of two main schools of thought regarding the implications of tourism: the *eternist* school and the historic-evolutionary school. Both have proposed their own stages in the history of tourism, although “no son definidas ni ocurren simultáneamente en todas partes, dada la complejidad de esta actividad” (Ardila 2015: 145).

Naturally tourism has evolved considerably since the *Grand Tour* to current tourism, becoming a much more democratised activity, with unprecedented figures in countries such as Spain and a wide range of options. Indeed, as we mentioned in the introduction to this article, tourism activity in Spain reached 184.002 billion euros in 2023, which translated into 12.3% of the national GDP (INE 2024). In fact, in our country, tourism figures have improved significantly compared to 2019. The number of tourists visiting Spain has risen from 83.7 million in 2019 to 93.799 million in 2024 (INE 2020, 2025b), showing a remarkable recovery from the situation caused by the COVID-19 pandemic and the resulting mobility restrictions.

According to data from the INE (2025b), the countries that visited Spain the most in 2024 were the United Kingdom (18.40 million people), followed by France (12.98 million), Germany (11.93 million) and Italy (5.43 million), which together accounted for just over 48.75 million international visitors. The most visited autonomous communities by foreign tourists are Catalonia (19.93 million), the Balearic Islands (15.31 million), the Canary Islands (15.22 million) and Andalusia (13.59 million) (INE 2025b). Furthermore, according to the INE's Encuesta de Gasto Turístico (2025a), total expenditure reached 126,282 million euros, an increase of 16.1% over the previous year, with an average expenditure per tourist of 1,441 euros and an average daily expenditure of 159 euros.

With regard to the reasons for travel, the INE (2025c) indicates that the category “Leisure, recreation and holidays” was the preferred option (81.049 million tourists), while “Business, professional reasons” was chosen by 5.148 million people. The option “Other reasons” was chosen by 7.561 million people. These tourists mainly arrived via Spanish airports (77.119 million), followed by roads (14.256 million), ports (2.104 million) and rail (279,145) (INE 2025d).

As we have seen, tourism plays a key role in our economy. There are various types of tourism and activities on offer, some of which have been boosted in recent years, especially after the COVID-19 pandemic, such as nature tourism (Capdepón Frías 2023) and sustainable tourism, although with mixed results (Rivera García & Pastor Ruiz 2024: 81), since their contribution to sustainability could depend on “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). This quest for sustainability in tourism has led to the inclusion of some related targets in the Sustainable Development Goals (UN n.d.), such as:

- Target 8.9: “By 2030, devise and implement policies to promote sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products”.
- Target 12.B: “Develop and implement tools to monitor sustainable development impacts for sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products”.
- Target 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”.

This has also led to the creation of Spain’s 2030 Sustainable Tourism Strategy, which aims to base tourism growth on the following principles: socio-economic growth, preservation of natural and cultural values, social benefit, participation and governance, permanent adaptation and leadership (Spanish Ministerio de Industria y Turismo n.d.).

We are undoubtedly experiencing a positive moment for the tourism sector. The variety of activities and genres leads to a hybridisation of its discourse and a series of challenges for its translation, many of which have already been analysed, with varying degrees of attention, from the perspective of translatology.

3. Trends in research on tourism translation and discourse

Linguistic and philological reflection on tourism discourse has a tradition spanning more than three decades, with a significant number of authors and contributions that have approached tourism discourse and genres from different angles, initially from a general perspective and, in recent years, from a much more focused perspective on specific aspects or a particular type of tourism.

From a broad perspective, analysing the characteristics of tourism discourse, we highlight the contributions of Dann (1996), Calvi (2000, 2006a, 2006b, 2016), Gotti (2006), Aragón Cobo, Eurrutia Cavero & Planelles Iváñez (2006), Nigro (2006), Calvi & Bonomi (2008), Bugnot (2009), Calvi & Mapelli (2011) and Liverani & Canals (2011). For her part, Borrucco Rosa (2006b) edited a collective monograph on linguistic specialisation in the tourism sector; Sanmartín Sáez (2012) on tourism discourse used on the internet, and, recently, Durán Muñoz & Jiménez Navarro (2024) have coordinated a monograph on adventure tourism discourse.

From this linguistic perspective, some very interesting contributions have been made, such as that of Chierichetti, Garofalo & Mapelli (2019: 3). These authors propose approaching tourist discourse from an ecolinguistic perspective, given the interaction between this discourse and its environment of use, since “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). On the other hand, focusing on this discourse from a communicative perspective, we find the studies by Boyer & Viallon (1994) and Baider, Burger & Goutsos (2004).

If we consider other approaches, we highlight the studies by Calvi (2006a) on cultural terms and by Calvi & Mapelli (2010) on the presence

of cultural terms on tourism websites. From a linguistic perspective and in relation to the image of tourist destinations, Cantón Rodríguez (2020) addresses the identity and images of Spain in French tourism blogs and the representations of Andalusia in blogs (2021), a genre also analysed by Deseilligny & Ange (2011). In relation to lexicon and terminology, it is worth highlighting the contribution of Eurrutia Caveró (2012) on the lexicon of transport and management from a semantic perspective in French and Spanish, as well as the studies by López Santiago (2016) on the analysis of the lexicon of rooms in the promotion of French and Canadian hotels on the internet; the names of alternative tourism in French (2018) and the lexicon of religious tourism (2019). Focusing on linguistic variation, we would highlight the contribution by Estornell Pons (2021) on codification and lexical variation in active tourism, and by Planelles Iváñez (2016) on synonymy and neology in French tourism discourse.

Similarly, studies focusing on persuasion in tourism discourse are also noteworthy, including that of Suau Jiménez (2011), which focuses on institutional websites through interpersonal metadiscourse, and that on the discursive construction of subjectivity in travellers' complaints on TripAdvisor (2017); by Soto Almela (2017) on cognitive, sensory and affective verbs in the promotional discourse of Spanish institutional websites, and by Goethals & Segers (2021) focusing on adjectivisation in Turespaña brochures and the Minube guide.

Regarding the role of metaphor in tourism discourse, we find the studies by Planelles Iváñez (2014) and Luque Janodet (2020), the latter in the context of wine tourism. From a historical perspective, we should highlight the contribution of Pedote (2017) on the lexicon of tourism in the 19th and 20th centuries, and Álvarez Jurado (2019) on travel guides in the 19th century.

From the field of idiomaticity, Piccioni & Pontrandolfo (2019) address the construction of tourist space through metaphorical phraseology, Jiménez Navarro & Durán Muñoz (2024) analyse collocations in adventure tourism in English and Trinado Jiménez (2025) focuses on the phraseology and lexicon of the goldsmithing sector in tourism. Calvi (2010), for her part, addresses the characteristics and classification of tourist genres and macro-genres; González García (2012) analyses tourist genres on the

internet, and Sanmartín Sáez (2014) analyses the tourism website *spain.info* and the institutional Facebook profile called *See Spain*.

Similarly, there are many contributions focused on the teaching of tourist discourse. We highlight the studies by Planelles Iváñez & Martí Marco (2001); Almahano Güeto (2006), Garrido Íñigo & Granda Rossi (2020) on graphic representations and the use of corpora for teaching tourist Spanish; Eurrutia Caveró (2022) on the teaching and learning of cultural values in tourist vocabulary; Luque Janodet (2022b) on the acquisition of olive oil tourism discourse in FLE; López Mújica (2022) on the use of social networks in FLE teaching in the degree in Tourism and on the application of legends and stories in the teaching of French in the degree in Tourism (2024). We also consider the contribution by Cuevas Montero (2025) on the analysis of errors made by French-speaking students in the field of tourism.

Finally, we must not forget the role of tourism and travel in literature. This is the case of the contributions by, among others, Albuquerque García (2011), on the evolution of travel literature, and Gómez Campos (2025) on tourism in Senegal through the work of Aminata Sow Fall

Studies on tourism translation took some years to consolidate and, as Calvi (2019) points out:

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)

However, in recent years, scientific production has increased considerably, showing a certain robustness and a high degree of specialisation, addressing issues such as the quality of the target text, the translation of terminology, the translation of culturemes, machine translation and accessibility... Nevertheless, there is still some way to go before scientific production reaches the same level as other types of translation.

In this context, scientific discussion forums have emerged that bring together specialists in tourism translation, such as the International Conference “Traducción y Discurso Turístico” (TRADITUR), organised by the Universidad de Córdoba (Spain), which welcomes contributions of a linguistic, philological and translation studies nature in Spanish, English, French and Italian.

With regard to theoretical and applied research, there have been numerous contributions in the form of articles, book chapters and PhD theses, as well as individual and collective monographs and special issues of high-impact journals related to translation and tourism discourse that have been published recently.

For example, we can find several special issues of scientific journals focused on tourism communication and translation, such as issue 72 of *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* (2017), published under the title “Creación discursiva del destino turístico y del viajero. Maneras de ver, maneras de ser”. Other issues focusing on this topic include the special issue 7 of the journal *Altre Modernità*, entitled “Mind the gap in tourism discourse: traduzione, mediazione, inclusion” (2019), as well as the special issue 7 of *Onomázein*, entitled “Discurso turístico, lenguas y traducción” (2020). We would also highlight volume 12 of *Estudios de Traducción* (“La traducción del discurso turístico. Enfoques literarios, culturales y lingüísticos”), published in 2022, and the special issue 1 of *Hikma*, published in 2024 with the title “La traducción turística contemporánea: evolución y enfoques multi e interdisciplinarios”, both resulting from the TRADITUR conference.

With regard to PhD theses, we can highlight the contributions of researchers such as De la Cruz Trainor (2003), on the classification of tourist texts and their translation; Nobs (2003) on the translation of tourist brochures; Bugnot (2005) on the translation of texts on the Costa del Sol (1960-2004); Mira Rueda (2009), focusing on tourist discourse and its lexicographical treatment; Durán Muñoz (2011), on ontoterminographical work in the translation of texts on adventure tourism; González Pastor (2012), on the translation of culturemes in tourist texts; Solís Becerra (2013), on the evaluation of translations on the websites of tourist camps in Andalusia; Santamaría Urbieto (2014), on the translation of travel guides; Soto Almela (2014), on the translation of cultural terms in the field of tourism and their reception by English-speaking users; Déniz Suárez (2015) on the translation of museum brochures; Pascual Cabrerizo (2016), on wine tourism genres; Gorozhankina (2017), on the translation and quality of tourism texts in Spanish and Russian; Valdenebro Arenas (2022), on the beginnings of modern tourism discourse in Spain and its translation into

German; Liu (2023), on eco-translation studies in the translation of online tourism advertising, and by Peñuelas Gil (2024a), focusing on the machine translation of multiverbal expressions in gastronomic tourism.

With regard to the monographs published, these take a wide range of approaches. From an interdisciplinary perspective, eminently translation-oriented and linguistic, we find, among others, the monographs edited by Palusci & Francesconi (2006), Almahano Güeto & Postigo Pinazo (2013), by González-Fernández & Rodríguez-Tapia (2019), by Rodríguez-Tapia & González-Fernández (2020), by Policastro Ponce (2024) and by Álvarez Jurado & Policastro Ponce (2025), both resulting from the TRADITUR conference. From a translation perspective, we highlight the proposal by Cronin (2000), the monograph edited by Fuentes Luque (2005), the volume published by González Pastor (2018) on the translation of culturemes, the monograph by Soto Almela (2019) on the translation of culture in the tourism sector, and that of Sulaiman and Wilson (2019) on translation strategies in tourism promotion.

Regarding scientific production on tourism translation, we can see certain trends, which we have compiled in Table 1:

Accessibility	Agorni 2016. Navarro-Brotons & Cuadrado-Rey 2024. Sánchez Carnicer 2024. Medina Reguera & Avilés Márquez 2025. Zhu 2025.
Genres, macro-genres and cyber-genres and their translation	Nobs 2006. Federici 2007. Suau Jiménez 2015. Calvi 2019. Santamaría Urbieto & Alcalde Peñalver 2019. González-Rey & Quintairos-Soliño 2022. Pascual Cabrerizo & González Aguilar 2024. Pascual Peña 2024.
Reflections on tourism translation	Kelly 1998. Durán Muñoz 2009, 2012. Fuentes Luque 2019.
Textual corpora	Gandin 2013.

Translation of culture and cultural terms	Cómitre Narváez 2004. Le Poder 2006. González Pastor 2012, 2018. Luque Janodet 2017. Soto Almela 2019.
Translation of travel literature	Campos Martín 2020. Pinilla Martínez 2020. Álvarez Jurado 2019, 2022b. Trinado Jiménez 2022. Gómez Campos 2024.
Translation of gastronomic elements in the tourism sector	Bugnot 2006. Rodríguez Mesa 2019. Darias Marrero 2022. Francesconi & Arbusti 2024. López Tirado & Ortego Antón 2024.
Agritourism	Fraile Vicente 2020. Pascual Cabrerizo 2020. Luque Janodet 2022a. Luque Janodet 2023. Luque Janodet & Álvarez Jurado 2025.
Tourism translation and multimodality	Llorens Simón 2017. Policastro Ponce 2020, 2022.
Didactics of tourism translation	Fischer 1998. Borrueco Rosa 2006a. Ponce Márquez 2006, 2008. Álvarez Jurado 2020. Guirao Ochoa 2020. Bourne & Castillo Ortiz 2024.
Quality assessment	González Pastor 2024.
Machine translation	Plaza-Lara 2020. Minervi 2023. Cuadrado Rey & Navarro Brotons 2024. Peñuelas Gil 2024b.
Museum translation	Guirao Ochoa 2019. Rodríguez Muñoz 2019. Alas Mínguez 2020. Leiva Rojo 2020. Rojas González 2020.

Text quality	Durán Muñoz 2009. Sánchez-Lafuente 2012. Suau Jiménez 2015. Fluet Sánchez 2022. Fuentes Luque & Valdéz Rodríguez 2024. Rosa Sorlozano 2024. Roca & Mata Pastor 2025.
New forms of tourism	Almahano Güeto 2013. Carrillo Expósito 2019. Álvarez Jurado 2022c. Díaz-Millón 2025. Gómez Pulgarín 2025.

Table 1. Main trends in scientific literature on tourism translation

In this case, we can see several trends in tourism translation, with certain aspects that have attracted particular attention from researchers, such as the translation of cultural elements. In this regard, as Calvi (2019) indicates:

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.

We agree with this author that there are aspects that need to be addressed in greater depth. We must not forget the importance of textual genre and the characteristics of each one, as well as the emergence of genres in the field of tourism that could pose problems for translators, such as *podcasts* and *virtual guided tours*. Likewise, there are few studies focusing on certain types of tourism, some of which are very recent, such as health and beauty tourism (Almahano Güeto 2013; Díaz-Millón 2025), sustainable tourism (Carrillo Expósito 2019) and pet tourism (Gómez Pulgarín 2025), among many others. However, as we can see, these are isolated studies, and further

translation studies are needed on these and other issues, such as multimodality, accessibility, web localisation and text adequacy.

There are also several perspectives from which to approach tourism, such as ecotranslation (Liu 2023), sociolinguistics, pragmatics, subjectivity, etc., but also from a synchronic perspective (which is predominant in the studies we have previously collected) or a diachronic perspective, focused on travel narratives, the history of translation, and the study of genres and their evolution. Undoubtedly, the study of existing genres and possible genres that may emerge in the coming years will be the subject of study from the perspective of linguistics and translation studies. Finally, there are aspects such as accessibility in tourism discourse and its (intra and interlinguistic) translation that require further theoretical and applied development.

In our view, translation in the tourism sector faces several challenges. One of these is undoubtedly the use of artificial intelligence (AI) for writing and translating promotional content. This is in addition to machine translation, which has already been the focus of several studies. In the coming years, it will be necessary to assess the quality and suitability of AI-generated translations in the tourism sector, including the translation of cultural elements, phraseological units, brand identity, literalness, etc. Post-editing in this case will also be an issue that will require further study.

However, the main challenge facing tourism translation today and, in the future, remains the lack of interest on the part of operators, agencies and public tourism bodies; in other words, the senders of the source texts, who are also responsible for managing their translation. Nowadays, we still come across translations produced by machine translation software or by people with no training in translation or sufficient linguistic knowledge. This means that we find texts with linguistic errors, misunderstandings or poor rephrasing, which affect the reader's understanding of the text and could even cause future visitors to reject an offer due to poor writing and translation. Thus, a key challenge in this area will be to continue to insist on the need for human intervention (with training in translation) to ensure the quality of the final product.

5. Conclusions

In this study, we have reviewed the scientific literature developed in recent years on tourism translation. Many approaches have been taken so far, although interest has focused particularly on the translation of cultural elements and the role of the translator as an interlinguistic and cultural mediator. Despite being a relatively recent field of translation studies, we can highlight the degree of specialisation of this literature, as well as the diachronic and synchronic trends that have characterised these studies. We are currently experiencing a boom in the tourism sector, with an increasingly varied offering in a world connected through the internet. Tourism texts come in a wide range of genres that require special attention from translators. This means that these types of assignments need to be done by specialists with translation skills and training and knowledge of the target language and culture, so they can do both the translation and the intercultural mediation properly. The quality and acceptability of the text and the future affluence of international tourists depend on it. Despite living in an age of AI, translators remain essential in tourism communication, and, without their work, it would be impossible to adequately promote a destination.

References

- 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." In: 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." In: Borruco 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.” In: 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.” In: 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* special issue 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.” In: 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 Caverro & Montserrat Planelles Iváñez. (2006) “El lenguaje del turismo.” In: 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." In: 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)*. Unpublished PhD thesis. 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." In: 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." In: 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." In: 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." In: 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* special issue 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." In: 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." In: 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." In: 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." In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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*. Unpublished PhD thesis. 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." In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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.” In: 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.” In: Eurrutia Caverro, 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.” In: 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.” In: 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*. Unpublished PhD thesis. Murcia: Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10201/126212>
- FRAILE VICENTE, María Esther. (2020) “Las metáforas del enoturismo y su traducción.” In: 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.” In: 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 ÍNIGO, Paloma & Isabel Granda Rossi. (2019) “Representaciones gráficas y corpus para la enseñanza del español de especialidad turística.” In: 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.” In:

- 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.” In: 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).” In: 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).” In: 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.” In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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, special issue 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/rnlael1632478>
- GOROZHANKINA, Tamara. (2017) *Estudio comparativo de la traducción de textos turísticos en español y ruso. Parámetros de calidad y análisis de corpus*. Unpublished PhD thesis. Granada: Universidad de Granada. <http://hdl.handle.net/10481/48763>
- GOTTI, Maurizio. (2006) "The language of tourism as specialized discourse." In: 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." In: 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." In: 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)." In: 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* special issue 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*. Unpublished PhD thesis. 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.” In: 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.” In: 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.” In: Labra Cenitagoya, 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.” In: González González, Manuel *et alii* (eds.) 2018. *Terminología: a necesidad da colaboración*. 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*.” In: 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." In: 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." In: 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)." In: 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)." In: 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." In: 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-BROTOS, Lucía & Analía Cuadrado Rey. (2024) "Adaptación de la traducción turística a las nuevas necesidades de accesibilidad cognitiva, Lectura Fácil interlingüística e intralingüísticas." In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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*. Unpublished PhD thesis. Valladolid: Universidad de Valladolid. 10.35376/10324/16845
- PASCUAL CABRERIZO, María. (2020) "Enoturismo 2.0." In: 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, special issue 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, special issue 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." In: 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.
- PENUELAS GIL, Isabel. (2024a) *Estudio contrastivo del tratamiento de las expresiones multiverbales del turismo gastronómico en los sistemas de*

- traducción automática del español al inglés*. Unpublished PhD thesis. 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, special issue 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* special issue 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.” In: 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.” In: 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.” In: 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* special issue 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." In: 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." In: 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." In: 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". In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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, special issue 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.” In: 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*. Unpublished PhD thesis. 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>
- SEVERAL AUTHORS. (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>
- SEVERAL AUTHORS. (2019) “Mind the gap in tourism discourse: traduzione, mediazione, inclusione.” *Altre Modernità* 21. <https://riviste.unimi.it/index.php/AMonline/issue/view/1392>

- SEVERAL AUTHORS. (2020). “Discurso turístico, lenguas y traducción.” *Onomázein* special issue 7. <https://ojs.uc.cl/index.php/Onom/issue/view/1709>
- SEVERAL AUTHORS. (2024) “La traducción turística contemporánea: evolución y enfoques multi e interdisciplinarios.” *Hikma* special issue 1. <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3>
- SEVERAL AUTHORS (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
- SEVERAL AUTHORS (Instituto Nacional de Estadística). (2024) “Cuenta Satélite de Turismo de España. Serie 2021-2023.” <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/CSTE2023.htm>
- SEVERAL AUTHORS (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>
- SEVERAL AUTHORS (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>
- SEVERAL AUTHORS (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>
- SEVERAL AUTHORS (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>
- SEVERAL AUTHORS (Ministerio de Industria y Turismo. Gobierno de España). (n.d.) “Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030.” <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>
- SEVERAL AUTHORS (UN Tourism). (n.d.). “Glossary of tourism terms.” <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
- SEVERAL AUTHORS (United Nations). (n.d.) “Sustainable Development Goals.” <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

- 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)*. Unpublished PhD thesis. 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*. Unpublished PhD thesis. 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 metadiscurso interpersonal en el género Página Web Institucional de Promoción Turística en inglés y español." In: 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)." In: 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)*. Unpublished PhD thesis. Valladolid: Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/60810>
- ZHU, Mo. (2025) "Dynamic equivalence in the translation of evocative texts: a case study on Bopiliao's audio guide text." In: 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>

BIONOTES / NOTAS BIOGRÁFICAS

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.

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.

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.

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.