

Introducción

La traducción turística contemporánea: evolución y enfoques multi e interdisciplinarios

Introduction

Contemporary Tourism Translation: Evolution and Multi and Interdisciplinary Approaches

MANUELA ÁLVAREZ JURADO
ff1aljum@uco.es
Universidad de Córdoba

GISELLA POLICASTRO PONCE
l72popog@uco.es
Universidad de Córdoba

El desarrollo de la traducción en el ámbito turístico refleja el dinamismo y la complejidad de esta industria en la que convergen una gran diversidad de expresiones y prácticas y genera un vasto repertorio discursivo (Calvi, 2019). Este fenómeno demanda un enfoque multidisciplinario e interdisciplinario en los estudios de traducción, capaces de integrar perspectivas y metodologías que respondan a las particularidades del discurso turístico (Suau Jiménez, 2012).

Desde la dimensión terminológica, fraseológica o cultural hasta la implementación de las nuevas tecnologías a la traducción, la exploración en este ámbito aborda los desafíos actuales de un sector en constante cambio, en el que la precisión lingüística, la dimensión transcultural y la adaptabilidad a las nuevas tendencias son esenciales. Así lo atestiguan las diez aportaciones que recoge el presente volumen en el que se ofrecen hallazgos recientes que tratan aspectos clave de la traducción turística en diferentes géneros y subdominios, ofreciendo una visión detallada de la investigación contemporánea en esta especialidad. Todos ellos contribuyen al conocimiento técnico de la traducción especializada en el contexto turístico y ofrecen soluciones prácticas y metodológicas que pretenden enriquecer la formación y el desarrollo profesional.

Comenzamos nuestra lectura adentrándonos en el ámbito terminológico y fraseológico junto a Isabel Durán Muñoz y Eva Lucía Jiménez Navarro, que nos sumergen en el mundo del turismo de aventura. En su trabajo nos presentan los resultados del proyecto DicoAdventure, un recurso electrónico

terminológico y fraseológico de este campo de especialidad en inglés y español. En concreto, esta publicación se centra en tres términos clave (aventura, naturaleza y riesgo) y sus derivados adjetivales. Las autoras se proponen llevar a cabo una exploración basada en la compilación de un corpus especializado y analizar su frecuencia de uso propiedades combinatorias de dichas palabras clave nominales.

Por su parte, Miriam Buendía Castro emprende una investigación descriptiva y comparativa de cuatro recursos terminográficos que incluyen terminología del dominio del turismo del ocio en sus entradas para la combinación inglés-español. Tras esbozar las características del lenguaje del turismo, con especial atención a su componente fraseológico, las autoras evalúan las herramientas seleccionadas, centrándose en el tratamiento, clasificación y traducción de las unidades fraseológicas por parte de cada recurso. Concluye el estudio con una reflexión comparativa de la macro y microestructura de cada recurso.

Desde una perspectiva didáctica del discurso turístico, Richard Clouet comparte los resultados de un proyecto orientado a la adopción de estrategias para la adquisición de la competencia comunicativa intercultural (CCI) por parte del alumnado de Traducción e Interpretación en las aulas de segundas lenguas (L2). Con este trabajo el autor pretende demostrar la aplicación de las series de televisión como método eficaz para mejorar la competencia lingüística y comunicativa intercultural en el contexto turístico y fomentar la conciencia intercultural de los traductores en formación.

De forma complementaria, Diana Pastor nos invita a reflexionar sobre aplicación la traducción automática en contextos especializados en el aula de traducción. Mediante un análisis cualitativo, comparte los resultados de un estudio exploratorio sobre las opiniones del alumnado respecto a una experiencia pedagógica a partir de la aplicación de la traducción automática de textos turísticos. Este enfoque tiene como objetivo dotar a los estudiantes de las competencias tecnológicas necesarias y de una visión crítica acerca de la eficacia de la evaluación de la calidad de la TA en este tipo de textos.

En línea con el enfoque anteriormente planteado, Carmen Moreno Romero y Antonio Hermán Carvajal abordan la traducción automática orientada hacia la localización de contenido turístico de sitios web de las principales atracciones turísticas de España. En su investigación comparativa, los autores analizan la adecuación lingüística de las versiones en español, inglés y francés de estos sitios, mediante el uso de herramientas como DeepL y Google Translate. Para llevar a cabo esta evaluación, se apoyan en el marco DQF-MQM, permitiendo así una valoración precisa de la calidad lingüística en el contexto de la traducción especializada.

María Pascual Cabrerizo e Inés González Aguilar nos introducen en el mundo del enoturismo a través de su aproximación al estudio del género discursivo «visita guiada a una bodega». Las autoras parten de la observación directa del género textual en cuestión con el fin de identificar los aspectos lingüísticos y promocionales de dicho discurso para, posteriormente, aplicarlos a una propuesta de orientación didáctica encaminada a la formación en la lengua de la vid y el vino y su traducción.

Reanudamos la exploración del concepto de turismo de aventura con María Pascual Peña, específicamente en la modalidad de buceo recreativo. Su trabajo se enfoca en el análisis de guías turísticas relacionadas con este tipo de turismo en la Polinesia Francesa y pone de manifiesto la hibridez lingüística que caracteriza a estos textos, que combinan elementos de géneros turísticos, científicos y jurídicos. Pascual Peña profundiza en cómo esta complejidad exige una especialización en la traducción, presentando una propuesta de traducción (FR>ES) e identificando las dificultades y soluciones encontradas al traducir este tipo de textos especializados.

Avanzamos en los aspectos de la traducción automática aplicada a la traducción turística con un estudio basado en un corpus de folletos y guías de diversas regiones de España que nos presenta Isabel Peñuelas Gil. La autora analiza las posibilidades y limitaciones de cuatro motores de traducción automática (DeepL, Google Translate, Microsoft Translator y Yandex). A partir de este corpus, se extrajeron las expresiones multiverbales con sus contextos y se tradujeron automáticamente con el propósito de evidenciar las diferencias de rendimiento entre los sistemas y los desafíos comunicativos que los usuarios pueden encontrar al traducir fraseología en el turismo gastronómico.

Se abre una nueva línea temática con el trabajo de Jaime Sánchez Carnicer que explora la relación entre la traducción y la adaptación a Lectura Fácil (LF) en el contexto de los textos turísticos. A través del análisis de las técnicas empleadas en la adaptación de un folleto turístico a LF, se busca identificar patrones comunes que permiten una mejor comprensión de estos procesos. Este estudio pone de relieve la importancia de considerar la adaptación como una disciplina afín a la traducción, lo que abre nuevas perspectivas en el campo de la comunicación accesible.

Concluimos con el estudio de Jorge Soto Almela que aborda el concepto de transcreación en la promoción de destinos turísticos. Su investigación se centra en la clasificación de los tipos de transcreación más frecuentes en el ámbito turístico, con especial énfasis en los títulos de artículos y reportajes de viajes, traducidos del español al inglés. A través de este análisis se revelan diversas estrategias transcreativas que confirman su

utilidad como herramienta clave en la creación de textos promocionales persuasivos.

Como punto culminante de nuestro epítome reflexivo, podemos confirmar que este compendio de investigaciones subraya y evidencia la multifacética naturaleza de la traducción en el contexto turístico. Los resultados compartidos reafirman que la traducción en este sector no debe ser vista solo como una cuestión lingüística, sino como una herramienta estratégica que puede optimizar la comunicación y fortalecer el impacto del mensaje turístico en diversas audiencias y culturas. Cada estudio aporta una perspectiva valiosa y una comprensión profunda del contexto actual que envuelven a los textos generados en la industria turística. Todo ello confirma la necesaria y continua reflexión acerca de este campo de conocimiento para dar respuesta a los retos continuos que subyacen a la traducción turística.

REFERENCIAS

- Calvi, M. V. (2019). Géneros discursivos, diversidad cultural y traducción de textos turísticos. *Altre Modernità*, 21, 69-86. <https://doi.org/10.13130/2035-7680/11633>
- Suau Jiménez, F. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4), 143-153. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88123115014>