



Parámetros de calidad para la traducción turística ES>FR: propuesta-guía y caso práctico

María Nieves Fluet Sánchez
Universidad de Murcia  

<https://dx.doi.org/10.5209/estr.105163>

Recibido: 30 septiembre de 2025 / Revisado: 10 noviembre de 2025 / Aceptado: 26 noviembre de 2025

Resumen. España es un destino turístico destacado. Su patrimonio histórico y cultural, unido a sus tradiciones, festividades de prestigio, riqueza gastronómica, clima y nivel de vida asequible, entre otras muchas bondades, hacen que sea uno de los países predilectos de millones de turistas internacionales; entre ellos, los procedentes de Francia. Por esta razón, la traducción turística representa una de las especialidades con mayor volumen de trabajo; sin embargo, a menudo esta especialidad es denostada por la baja calidad de sus textos. Ahora bien, ¿qué entendemos por calidad? En el presente estudio, trataremos de identificar los factores que se entienden como necesarios para valorar si la traducción al francés de un texto turístico ha alcanzado la calidad esperada. Abordaremos la calidad desde el punto de vista normativo; es decir, desde los enfoques teóricos de investigadores y agencias de traducción tanto en Francia como en España. Todo esto con el propósito de elaborar una tabla, a modo de propuesta-guía, con los parámetros que se podrían seguir para identificar una traducción turística de calidad y que pueda ser aplicada al aula de traducción. Por último, presentaremos un caso práctico en el que analizaremos la traducción al francés de la información sobre la Semana Santa que ofrece la oficina de turismo de una localidad.

Palabras clave: traducción turística, parámetros de calidad, traducción al francés, Semana Santa, propuesta-guía, caso práctico.

Quality parameters for tourism translation ES>FR: proposal-guideline and case study

Abstract. Spain is a major tourist destination. Thanks to its historical and cultural heritage, combined with its traditions, prestigious festivities, rich cuisine, climate and affordable standard of living, among many other attractions, it is a recurring destination for millions of international tourists, including those from France. For this reason, tourism translation represents one of the specialities with the highest volume of work. However, this speciality is often criticised for the low quality of its texts. But what do we mean by quality? In this study, we will try to find out what factors are considered necessary to assess whether the translation into French of a tourism text has reached the expected quality. We will deal with quality from a normative point of view, i.e. from the theoretical approaches of various researchers, as well as from translation agencies in France and Spain. All this with the aim of drawing up a table (by way of a proposal-guide) with the parameters that could be followed to identify a quality tourism translation, and which could be applied in the translation classroom. Finally, we will present a practical case study in which we will analyse the translation into French of information on Holy Week provided by the tourist office of a locality.

Keywords. tourism translation, quality parameters, translation into French, Holy Week, proposal-guide, case study

Sumario. 1. Introducción y objetivos. 2. Metodología. 2.1. La calidad desde la perspectiva investigadora. 2.2. La calidad desde la perspectiva profesional. 2.2.1. Agencias de traducción francesas. 2.2.2. Agencias de traducción españolas. 3. Resultados. 3.1. Propuesta-guía de los parámetros de calidad. 3.2. Caso práctico: análisis de la traducción al francés de la Semana Santa de Sevilla. 4. Conclusiones.

1. Introducción y objetivos

Es indudable que el turismo ocupa un lugar esencial en las políticas mundiales de desarrollo y ofrece oportunidades muy necesarias para la economía y la cultura de los países. Un claro ejemplo de este fenómeno es España, ya que, gracias a su patrimonio histórico y cultural, unido a sus tradiciones, festividades de prestigio, riqueza gastronómica, clima y nivel de vida asequible, entre otras muchas bondades, la convierten en un destino recurrente para millones de turistas internacionales. De acuerdo con los datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) publicados en 2025, en los once primeros meses del año 2024, más de 88,5 millones de turistas visitaron España, lo que significó un aumento del 10,3 % respecto a 2023. Asimismo, Exceltur (2024) señala que el turismo constituyó el 12,8 % del PIB en el año 2023, consolidando así su recuperación desde 2020. Estas cifras ponen de manifiesto que el turismo es una de las mayores fuentes de ingresos en España y el principal motor de crecimiento económico.

Según las estadísticas del INE (2024), de la gran cantidad de turistas extranjeros que visitan España, Reino Unido es el principal país de residencia de los turistas (1 001 320 en 2024), seguido de Francia (751 182 en el mismo año) y Alemania (650 733, también en 2024). Por este último dato, en el presente estudio hemos decidido centrarnos en la calidad de los textos turísticos traducidos al francés. No en vano, España es el principal destino internacional vacacional de los franceses. Así lo refleja un informe de Turespaña publicado en mayo de 2023, en el que explica que los turistas galos consideran a España un destino privilegiado de ocio, lo que se traduce en visitas urbanas, compras y disfrute de las playas.

En consecuencia, no es de extrañar que la traducción turística sea una de las especialidades con mayor volumen de trabajo, dado el peso que tiene el turismo en la economía española. Por esta razón, y debido al elevado número de turistas franceses que visitan España y que no todos hablan la lengua, sería necesario proporcionarles la información que precisan sobre los distintos tipos de turismo que desean realizar, ya sea cultural (museos, monumentos, fiestas populares...) o religioso, deportivo, de negocios, gastronómico y un largo etcétera. Respecto a la promoción de los tipos de turismo citados anteriormente, estimamos fundamental la labor que desempeñan las instituciones públicas, en tanto que garantes de la oficialidad, el rigor y la fiabilidad de la información que difunden. En particular, resulta pertinente destacar la función de las oficinas de turismo como mediadoras entre los recursos y atractivos de una localidad y los potenciales visitantes, tanto nacionales como internacionales. Conviene subrayar que los textos turísticos que proporcionan dichas oficinas constituyen la primera impresión que reciben los turistas del lugar que visitan. En consecuencia, entendemos necesario, por un lado, que esta información esté disponible y, por otro, que cumpla con estándares de calidad.

Puede resultar un tanto paradójico que siendo el turismo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países y que España goce de un prestigio internacional gracias a su geografía, clima e infraestructuras, la calidad de las traducciones institucionales sea ostensiblemente baja. Son varios los autores que han evidenciado, gracias a sus investigaciones, esta baja calidad. Le Poder y Fuentes Luque (2005) apuntan, por un lado, que este hecho puede deberse a la escasa importancia que otorgan los agentes turísticos a las traducciones que encargan, así como a una insuficiente profesionalización por parte de las personas que realizan este tipo de traducciones, bien por falta de conocimientos sobre los idiomas con los que trabajan o bien por los escasos conocimientos sobre lo que traducen. Asimismo, podemos añadir otros dos motivos por los cuales se pueden producir errores: los plazos de entrega muy ajustados y las tarifas bajas.

Igualmente, autoras como Calvi (2010) o González Pastor (2012) consideran que el lenguaje turístico debería ser tratado como uno de especialidad. Según Calvi (2010), porque posee una terminología especializada y géneros propios adaptados a las finalidades comunicativas. Por su parte, González Pastor añade que son "lenguajes para fines específicos, pues disponen de unos elementos terminológicos, discursivos, pragmáticos y macrotextuales comunes que los caracterizan como lenguaje propio" (2012: 116).

De acuerdo con estas afirmaciones, cabe pensar que la traducción de textos turísticos debería estar catalogada y aceptada como especializada; no obstante, clasificar este tipo de traducción en general o especializada genera cierta controversia. Así como Calvi y González Pastor la tratan de especializada, en los planes de estudio de las universidades de Traducción e Interpretación aparece insertada, en su mayoría, en la traducción general, donde se estudia de forma somera y se asocia casi siempre con la traducción publicitaria. Asimismo, autores como Soto Almela (2014) señalan que la bibliografía dedicada a este tema es muy escasa, limitándose a aparecer en contados artículos de revistas especializadas y estudios didácticos. Además, se suele utilizar como fuente de ejemplos de los errores típicos en traducción por ser estas de baja calidad.

Ahora bien, ¿qué criterios son más fiables para evaluar la calidad de una traducción turística? Con el fin de responder a esta pregunta, el objetivo del presente estudio es averiguar cuáles son los factores que se entienden como necesarios para valorar si una traducción turística al francés, pero aplicable a cualquier otra lengua, ha alcanzado la calidad esperada. Para ello, redactaremos una serie de parámetros con sus respectivas categorías que nos ayudarán a evaluar la calidad de una traducción turística ES>FR, basándonos en la perspectiva de investigadores y traductores profesionales a través de agencias de traducción tanto francesas como españolas.

La razón de querer conocer la perspectiva tanto de los investigadores como de los profesionales sobre este asunto es comprobar si existe una brecha entre ambos mundos o si, por el contrario, comparten criterios en lo que respecta a la evaluación de la calidad de una traducción turística. En otras palabras, la finalidad de este estudio es aunar los conocimientos teóricos con la práctica profesional para elaborar una serie de parámetros que nos ayuden a evaluar la calidad de una traducción turística, de forma que sirva de

guía para realizar futuras traducciones propias de este ámbito. Con este fin, y a modo de ejemplo para el aula de traducción turística, presentaremos un caso práctico en el que analizaremos la traducción al francés de parte de la información sobre la Semana Santa que figura en la página web de la Oficina de Turismo de Sevilla. El motivo de haber escogido esta información para su análisis responde a que dicho festejo, de acuerdo con el Ministerio de Industria y Turismo (2025), ostenta la declaración de Fiesta de Interés Turístico Internacional desde el año 1980 y es de los más reputados de España. Asimismo, la temática religiosa implica la presencia de numerosos culturemas que, por definición, no (siempre) existen en la cultura meta, y esto supone un problema para el traductor. Por todo lo anterior, esperamos que tanto los parámetros de calidad como el análisis de la traducción al francés de la Semana Santa de Sevilla que vamos a exponer en el presente estudio resulten de utilidad en la práctica profesional y académica, de forma que pueda ayudar a potenciales clientes de una traducción turística a identificar una buena traducción, a servir de guía a los estudiantes de Traducción e Interpretación que deseen dedicarse a esta especialidad y a complementar la formación de traductores profesionales en este ámbito.

Antes de explicar la metodología que hemos seguido para la consecución del objetivo, cabe precisar que el hecho de que nos centremos en los parámetros desde el punto de vista de los profesionales e investigadores no implica que no concedamos importancia a la opinión de los destinatarios, ya que el traductor se debe a ellos por ser el responsable de facilitarles la comunicación entre el TO y el TM. Aunque consideramos que la reacción del destinatario es muy valiosa para evaluar la calidad de una traducción (de hecho, la vamos a incluir en los parámetros de calidad), debemos tener en cuenta ciertas variables como el nivel cultural o formación de los destinatarios, la edad, el sexo, el conocimiento que tengan del tema (como podría ser la Semana Santa), el origen social, etc. Luego, en nuestra opinión, el destinatario no será el factor determinante para conseguir una traducción de calidad, aunque, sin duda, estará entre los más relevantes.

2. Metodología

Con el fin de elaborar la propuesta-guía y realizar el posterior análisis de un caso práctico, en el presente apartado expondremos una recopilación de los factores que tres investigadoras especializadas en el ámbito del turismo, así como tres agencias de traducción francesas y otras tres españolas consideran necesarios para evaluar la calidad de una traducción turística. En cuanto a las agencias de traducción, cabe destacar que los criterios a los que aluden son generales; es decir, no son específicos del campo del turismo, sino aplicables a cualquier tipo de traducción. No obstante, gracias a que las investigadoras que hemos consultado sí son especialistas en la materia, nos ayudarán a completar la propuesta con parámetros específicos para la traducción turística. Finalmente, el motivo de haber escogido agencias de traducción en España y Francia obedece al interés por obtener una visión más amplia de los criterios de calidad en el mundo profesional, ya que las lenguas que se han utilizado para este estudio son el español y el francés.

2.1. La calidad desde la perspectiva investigadora

Las autoras que hemos consultado para el propósito de este estudio son Durán Muñoz, Nobs y González Pastor. Nos centraremos especialmente en la tesis de Nobs (2003) *Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales*, por ser, a nuestro parecer, la investigación más completa sobre este tema.

Comencemos, no obstante, mencionando a Durán Muñoz y su artículo “Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones”, donde apunta, en primer lugar, que “A menudo, se equipara ‘calidad’ a ‘adecuación’ de la traducción, lo que implica que el texto meta debe adecuarse a la cultura meta para que proporcione la equivalencia comunicativa y funcione correctamente y, así, se alcanzaría la calidad de una traducción” (2012: 104).

Para esta autora, además de la adecuación pragmática y funcional, los factores que determinan si una traducción es de calidad son los siguientes:

- a) Legibilidad del texto meta: la claridad y la comprensibilidad, coherencia y cohesión que muestra el texto de llegada en su totalidad; b) corrección gramatical: las normas gramaticales, ortográficas y ortotipográficas de la lengua de llegada; c) comportamiento profesional del traductor: en cuanto a las competencias técnica y documental, así como con relación a los aspectos acordados en el encargo (plazos, presupuesto, herramientas requeridas, cumplimiento de normas, uso de glosarios y memorias de traducción, etc.) y d) tratamiento adecuado del material verbal y no verbal: imágenes y símbolos que aparecen en la traducción, el tipo de letra y el color, etc. (Durán Muñoz 2012: 105)

En lo que respecta a la investigación de González Pastor (2018) sobre la traducción de culturemas en el ámbito turístico, menciona que el traductor de textos turísticos debe tener en cuenta los elementos verbales y no verbales, la intención del texto (si es solo informativa o también persuasiva para causar un efecto en el lector), si es necesario o no el uso de anglicismos (ya que es frecuente encontrarlos en los textos turísticos españoles), el diseño y la calidad de las páginas web, entre otros. Por tanto, considera que la calidad se alcanza gracias a una eficaz combinación de elementos gráficos y textuales; es decir, un contenido interesante y un diseño atractivo. Asimismo, puesto que su estudio se basa en la traducción de culturemas, añadiremos este elemento como uno de los parámetros en la categoría “Adecuación terminológica”, ya que así podremos comprobar si los responsables de las traducciones al francés han conseguido trasladar dichos culturemas de forma exitosa en el texto meta.

Tal y como hemos mencionado, una de las obras de referencia relativa a la evaluación de la calidad de las traducciones turísticas es la de Marie-Louise Nobs (2003). En su estudio, se centra en la calidad de las traducciones profesionales; esto es, las que se conciben para prestar un servicio. Asimismo, considera apropiado mencionar y admitir que en cualquier proceso de evaluación de calidad hay un componente subjetivo, tanto por parte de los receptores como de los profesionales por su manera de entender la traducción y la función que desempeñan durante el proceso traslativo, así como el acceso que tienen a los parámetros de evaluación.

De igual manera, compartimos la visión de esta investigadora cuando afirma que “el factor más importante a la hora de determinar la calidad de una traducción es el grado de cumplimiento del propósito previamente establecido entre las partes implicadas en la acción comunicativa transcultural” (Nobs 2003: 65), ya que el concepto de calidad es relativo y subjetivo, porque depende de muchos factores como el estilo a la hora de redactar el traductor, lo que le exija el cliente, la toma de decisiones, entre otros. En resumen, si hay varias maneras de traducir, también las hay de evaluar la calidad.

En su estudio, Nobs hace un recorrido bibliográfico sobre las aportaciones de diversos investigadores en lo concerniente a los parámetros que rigen la calidad de una traducción. En el presente estudio no nos detendremos en esta cuestión, sino que pasaremos directamente a los resultados obtenidos. Así pues, una vez recopilados los parámetros en los que coincidían los autores que consultó Nobs, clasificó en siete categorías los parámetros para evaluar la calidad, comenzando con la categoría a la que atribuyó el mayor número de parámetros y terminando con la que menos reunía. Estas son: 1) adecuación pragmática; 2) claridad en la exposición del contenido; 3) adecuación estilística; 4) transferencia exacta del contenido del TO; 5) corrección gramatical; 6) tratamiento adecuado del material no verbal y 7) comportamiento profesional. Con el fin de que esta clasificación resultara lo más clara posible, elaboró una tabla en la que en la primera columna aparecen las siete categorías y en la otra introdujo los parámetros con el nombre de los autores y las fechas ordenadas cronológicamente. Dicha tabla se puede consultar en su obra.

2.2. La calidad desde la perspectiva profesional

La formación universitaria no debe limitarse a la investigación y a la transmisión del conocimiento, sino que también tiene que preparar a los estudiantes para enfrentarse a los retos y exigencias reales del mercado laboral. Por esta razón, consideramos necesario acercar el mundo profesional al aula de traducción turística con el fin de conocer los estándares mínimos de calidad que exigen los clientes.

En la selección de las agencias, hemos tomado como referencia los años de experiencia, las opiniones de los clientes, los campos de especialidad y la información rigurosa y abundante que proporcionan sobre sus servicios en la página web.

2.2.1. Agencias de traducción francesas

En primer lugar, citaremos la agencia Traduc.com, con sede en la localidad francesa de La Roche sur Foron, que ofrece servicios de traducción en diversas especialidades como la comercial, jurídica, *marketing*, sanitaria, tecnológica, técnica, económica, ocio y cultura. Cuentan con una base de datos de miles de traductores profesionales que seleccionaron según su propio criterio de calidad.

En su blog hay un artículo titulado “Comment obtenir et évaluer la qualité d’une traduction ?”, publicado el 13 de julio de 2022, en el que afirman, en primer lugar, que una buena traducción es aquella que respeta el documento original; en segundo, enumera varios criterios que, a su juicio, sirven para evaluar la calidad de una traducción. Exponemos, de forma resumida, dichos criterios: a) gramática, ortografía, sintaxis y puntuación impecables; b) respeto del significado del término del texto origen en el término del texto meta; c) objetividad del traductor: no incluir u omitir información salvo que sea necesaria para la comprensión del texto, como ocurre con las notas del traductor; d) rigor y coherencia a lo largo de la traducción: si una palabra es recurrente en un texto, debe traducirse siempre de la misma manera; e) fluidez y naturalidad en la redacción del texto meta; f) el cliente puede imponer su propio estilo, de manera que el traductor tendrá que respetar sus normas, con independencia de que las comparta o no y g) algo que distingue a un buen traductor de un aficionado es que el traductor sabe adaptar la traducción a sus lectores.

En segundo lugar, mencionaremos la agencia de traducción e interpretación profesional TRADUTOURS, en activo desde 1975, que cuenta con un equipo de 320 traductores e intérpretes con un mínimo de cinco años de experiencia en 65 lenguas, titulados en escuelas o facultades de prestigio, que solo traducen hacia su lengua materna. Entre otros, ofrecen servicios de traducción técnica, financiera, *marketing*, páginas web y traducción para el turismo. En el artículo “Comment évaluer la qualité d’une traduction ?”, publicado en su web el 5 de enero de 2024, enumeran cuatro criterios clave para evaluar la calidad de una traducción. En el primero, subrayan la importancia del contexto, ya que traducir es un proceso complejo en el que se tienen en cuenta factores como los matices culturales, las referencias locales o el público al que se dirige. En el segundo, la precisión lingüística. Además de respetar las normas gramaticales, ortográficas y de sintaxis, el artículo cita una tipología de errores en los que se basan en el proceso de revisión y de corrección para evitar cometerlos; a saber: falsos amigos, aproximaciones (uso de términos vagos o insuficientemente precisos), inversiones de sentido (disposición incorrecta de palabras que puede dar lugar a frases confusas), omisiones, elección incorrecta del registro, transposiciones (cambiar el orden de las palabras o frases puede alterar el sentido de un texto) y calcos lingüísticos. En el tercero, se centran en la coherencia terminológica; es decir, en el uso uniforme y preciso de términos específicos de un campo en un texto traducido. Por último, en el cuarto, proponen respetar el formato, porque la traducción también se basa en convenciones y en el

cumplimiento de los formatos exigidos; por lo que consideran fundamental respetar el espacio disponible para introducir la traducción, ya sea un folleto o una página web.

En tercer y último lugar, hacemos mención a Interface ICLG, una agencia de traducción e interpretación con sede en París y Lyon. Fue creada en esta última ciudad en 1984 y ofrece servicios de traducción médica, técnica, jurídica y financiera, así como de interpretación simultánea o consecutiva de conferencias, seminarios, congresos y otros eventos. Al igual que las anteriores agencias, su página web dispone de un blog en el que dedican una publicación sobre cómo evaluar la calidad de una traducción con base en unos criterios que recopilamos a continuación. En primer lugar, la fidelidad al texto origen. Al respetar el sentido original del texto, honramos el trabajo del autor y contribuimos a preservar la riqueza y profundidad de su obra. Esto significa mantenerse fiel a la forma, al estilo y al contenido del texto, procurando no alterar su sentido ni su alcance. En segundo lugar, la fluidez del texto traducido. Una traducción fluida es aquella que consigue transmitir el sentido y la intención del original de forma natural y coherente, que fluye con naturalidad ofreciendo al lector una experiencia de lectura agradable y envolvente. En tercer lugar, la exactitud terminológica. Una terminología correcta evita cualquier ambigüedad o malentendido y garantiza la comprensión. En cuarto lugar, mantener el estilo y el tono en la traducción. La elección de palabras, la estructura de las frases e incluso los matices del lenguaje pueden influir considerablemente en la comprensión e interpretación del texto final. En quinto lugar, el uso de herramientas de Traducción Asistida por Ordenador (TAO). Estas herramientas permiten almacenar memorias de traducción, automatizar ciertas tareas repetitivas y facilitar la colaboración entre los traductores y sus clientes. Además, pueden ayudar mucho a evaluar la calidad de las traducciones, ya que ofrecen sugerencias de traducción instantáneas, identifican errores gramaticales y comprueban la coherencia terminológica. Finalmente, el *feedback* de los clientes. Las opiniones de los clientes son una valiosa fuente de información para los traductores, ya que les permiten identificar posibles errores y malentendidos, así como mejorar constantemente su trabajo y adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente.

2.2.2. Agencias de traducción españolas

BeTranslated, una agencia de traducción global con sedes en España y Bélgica, pero también con oficinas en Francia, Alemania, Estados Unidos y República Dominicana, cuenta con una red de traductores en todo el mundo que le permite atender solicitudes urgentes en múltiples idiomas y en cualquier huso horario. Entre sus principales áreas de especialización se encuentran la traducción turística, así como la comercial, financiera, jurídica, tecnológica, entre otras. En un artículo publicado el 13 de marzo de 2023 en su blog, se preguntan cómo evaluar un servicio de traducción de calidad. Para ello, enumeran cinco aspectos clave que debemos tener en cuenta para evaluar la calidad del texto traducido; esto es:

- a. Ausencia de errores ortográficos, de puntuación y gramaticales.
- b. Formato correcto de las convenciones, como nombres, fechas, títulos, etc.
- c. Transmisión precisa del significado del texto original.
- d. Perfecta legibilidad en cuanto a terminología y estilo.
- e. Cumplimiento de las directrices y requisitos del cliente (2023: apartado 7).

Además de estos aspectos, en el artículo recuerdan que una traducción es buena si no se nota que lo es; es decir, que el texto traducido no tiene que dar la impresión de que ha sido traducido. Esto significa que debe producir la misma reacción emocional, en caso de que se trate de una obra literaria, de *marketing* o turística, que la que provoca el texto origen.

Veritas Traducción y Comunicación, S.L. es, según figura en su página web (2024), una empresa de traducción que ofrece sus servicios desde 1998 y está afincada en Guadalajara. Sus lenguas de trabajo son el castellano, inglés, francés, portugués y alemán. Del mismo modo que las anteriores agencias, dedican un apartado en su web a la importancia de una traducción de calidad y qué es lo que se entiende por calidad en traducción. Afirman que, a pesar de que se argumenta con frecuencia que la calidad de la traducción es subjetiva, hay varios criterios objetivos de calidad tanto para la traducción en sí como para el proceso de trabajo y el servicio global. Por tanto, presentan los que consideran los criterios básicos para que una traducción sea considerada de calidad:

- a. Correcta transferencia del contenido del texto origen al texto de destino.
- b. Correcta elección de aspectos fundamentales como terminología, giros, expresiones, tecnicismos y jergas específicas de cada sector y profesión en el idioma de destino.
- c. Uso adecuado de la gramática, ortografía, puntuación y sintaxis, así como la correcta transcripción de fechas, nombres, datos, etc. en el idioma de destino.
- d. La adecuación del estilo y formas del lenguaje a los fines del texto y la intención de su autor (2024: apartado 3).

Asimismo, la agencia dedica otro apartado, que complementa al anterior, sobre qué es lo que afecta a la calidad de una traducción, especialmente en el resultado final. Primero, menciona la pericia, el conocimiento y la lengua materna del traductor. La agencia afirma que los traductores profesionales solo trabajan hacia su lengua materna y recomiendan al cliente que pida información sobre la experiencia y formación del traductor. Después, destaca la importancia de la revisión y corrección. Recomienda que en el proceso de revisión sea otro traductor el que se encargue de hacerlo. De igual manera, aconseja una corrección final para asegurarse de que no haya errores en la maquetación o erratas. Seguidamente, remarca el plazo de entrega. Sugiere no repartir el trabajo cuando los plazos son muy ajustados, debido a la posible falta de uniformidad en la terminología y estilo utilizados; por lo que es aconsejable negociar los plazos siempre que sea posible. Por último, señala el grado de comunicación entre el traductor y el cliente. Cuanto más fluida sea la comunicación entre ambos, mejor será el resultado final en cuestiones como el formato de los ficheros electrónicos, la maquetación o consultas sobre la terminología.

Para finalizar con los factores que tienen en cuenta las agencias en lo que respecta a la calidad de una traducción, hacemos mención a KAMELEON Language Services, con sede social en Madrid. En su página web, indican que ofrecen servicios de traducción, interpretación, localización y corrección de textos. En el blog, figura una entrada titulada “¿Cómo podemos valorar objetivamente una traducción de calidad?”. En ella, enumeran siete criterios que estiman objetivos para valorar una traducción de calidad hecha por un traductor profesional; a saber:

1. El contenido del texto de destino (o texto traducido) debe ser idéntico al texto original. [...]
2. Una traducción de calidad profesional debe gozar de una ortografía, ortotipografía y gramática impecables.
3. El traductor debe emplear la terminología propia de cada sector. [...]
4. Reflejar perfectamente el estilo y registro del texto original en la lengua a la que se traduce el texto.
5. Las fechas, números, referencias y nombres propios deben coincidir exactamente en el texto original y la traducción.
6. En caso de que el texto contenga gráficos o esquemas, los contenidos de estos deben mantener el formato original, reflejando el mismo contenido o mensaje de los gráficos o esquemas originales.
7. Cumplir con el plazo estipulado de entrega [...] (2024: apartado 1).

En definitiva, al igual que el resto de las agencias de traducción, afirman que el objetivo de un traductor profesional es mantenerse fiel al TO tanto en el significado como en el tono.

3. Resultados

En el presente apartado, expondremos, en primer lugar, la tabla con los parámetros y categorías que hemos recopilado a partir de los criterios de calidad mencionados anteriormente por las investigadoras y agencias de traducción; en segundo, realizaremos el análisis de la información traducida al francés de la Semana Santa presente en la Oficina de Turismo de Sevilla basándonos en dichos parámetros.

3.1. Propuesta-guía de los parámetros de calidad

Como hemos podido comprobar, las investigadoras y agencias de traducción citadas en el anterior apartado coinciden en que es difícil medir con exactitud la calidad de una traducción; sin embargo, hay criterios comunes, y estos se miden por la presencia de errores: cuantos más errores de forma o de contenido contenga la traducción, peor será su calidad.

Así pues, en la siguiente tabla mostramos nuestra propuesta de categorías (basándonos en parte en las de Nobs 2003) y los parámetros en los que han coincidido investigadoras y agencias. Asimismo, debemos recordar que los parámetros que hemos encontrado en las agencias no reflejan de forma exclusiva los que deberían seguir los textos turísticos; no obstante, incluiremos algunos parámetros que, después de toda la literatura consultada y con base en nuestra experiencia profesional, serían propios del ámbito turístico, como la correcta traducción de culturemas, la función exhortativa, la ausencia de errores de formato o diseño de la página web, los juegos de palabras, entre otros.

Por último, cabe señalar que, en la categoría de “Profesionalidad”, no podemos saber si los parámetros que hemos añadido se han cumplido en el texto objeto de nuestro análisis, ya que es información que no está a nuestro alcance; sin embargo, hemos decidido incluir dicha categoría para subrayar la importancia de respetar estas consignas con el fin de obtener una traducción de calidad.

Tabla 1. Categorías y respectivos parámetros para evaluar la calidad de una traducción turística (Fuente: elaboración propia)

CATEGORÍAS	PARÁMETROS
Fidelidad del TO	<p>El TM transmite el mensaje del TO con exactitud.</p> <p>El TM respeta el propósito del TO, el motivo por el que se lleva a cabo la traducción.</p> <p>El traductor es objetivo: se ciñe a la información que ofrece el TO, sin añadir notas o aclaraciones personales.</p> <p>Los contenidos están traducidos en su totalidad, sin omisiones que resten información relevante o cultural.</p> <p>No hay casos de transferencia o de no-traducción; es decir, no se reflejan en el TM los contenidos del TO sin traducir.</p> <p>Ausencia de adiciones innecesarias.</p> <p>Las fechas, números, referencias y nombres propios coinciden exactamente en el texto original y la traducción.</p>
Correcta redacción del TO y del TM	<p>Ausencia de faltas de ortografía.</p> <p>Ausencia de errores gramaticales.</p> <p>Ausencia de errores ortotipográficos.</p> <p>Ausencia de erratas.</p> <p>Ausencia de errores de puntuación.</p> <p>Sintaxis correcta.</p>
Inteligibilidad	<p>Claridad en la exposición del mensaje del TM: no es necesaria una segunda lectura para entender el texto.</p> <p>Lectura fluida del TM: lectura clara y fácil, con un texto natural.</p> <p>Ausencia de incongruencias.</p> <p>Ausencia de falsos sentidos.</p> <p>Ausencia de contrasentidos.</p> <p>Ausencia de sinsentidos.</p> <p>Ausencia de no mismos sentidos.</p> <p>Ausencia de calcos.</p> <p>Ausencia de falsos amigos.</p> <p>Ausencia de malentendidos o interpretaciones erróneas de frases o palabras.</p> <p>Ausencia de ambigüedades, incoherencias y lagunas.</p> <p>Ausencia de repeticiones innecesarias.</p> <p>Ausencia de aproximaciones.</p> <p>Unificación de criterios y coherencia: una palabra debe ser traducida siempre de la misma manera.</p>
Adecuación estilística	<p>El traductor se despegaba de la redacción original para formular un texto con un estilo acorde con el de la lengua meta.</p> <p>El traductor cumple las convenciones textuales y lingüísticas de la lengua meta.</p> <p>El traductor refleja el estilo y registro del TO en el TM.</p> <p>Se mantiene la función exhortativa en el TM.</p> <p>Se mantienen los juegos de palabras en el TM.</p> <p>Se mantiene el lenguaje positivo y poético en el TM.</p> <p>Unificación de criterios y coherencia en el uso de resaltes tipográficos.</p>
Adecuación terminológica	<p>Se utiliza la terminología propia de la especialidad.</p> <p>Se aprecia riqueza de vocabulario.</p> <p>Adecuación según el campo temático del vocabulario, las expresiones, los tecnicismos y la jerga, así como del registro (formal, informal, didáctico...).</p> <p>En los procesos de traducción interviene un profesional nativo conocedor de la terminología del sector.</p> <p>Correcta traducción de culturemas.</p> <p>Traducción de topónimos, siempre que haya una establecida y reconocida por el uso.</p> <p>Traducción de nombres propios, como personajes históricos, reyes o papas, que cuentan con una adaptación reconocida y establecida.</p> <p>Uso de técnicas de traducción simples, como el préstamo, y combinadas, como el préstamo + la amplificación. Esta última permite mantener el término original para que sea conocido por el destinatario, a la vez que se le proporciona una información para que sepa de qué se trata.</p> <p>Coherencia terminológica: un mismo término se traduce siempre de la misma manera.</p>
Adecuación al destinatario	<p>El destinatario entiende el mensaje.</p> <p>La traducción está adaptada a las personas que la van a leer.</p> <p>La traducción está adaptada al país de destino.</p> <p>Tratamiento de <i>vous</i> en los textos franceses.</p>
Tratamiento adecuado del material no verbal	<p>Ausencia de errores de formato y/o diseño.</p> <p>Se mantienen los resaltes tipográficos del TO en el TM.</p> <p>Se conserva la estructura del contenido del original en el texto traducido, así como el formato o las imágenes y otras representaciones visuales presentes.</p> <p>El diseño es atractivo e intuitivo.</p>
Profesionalidad	<p>Se realizan revisiones finales del texto para asegurar los resultados.</p> <p>Cumplimiento de plazos de entrega.</p> <p>Respeto de las consignas, instrucciones y de los acuerdos pactados con el cliente.</p> <p>Rechazar los encargos cuando los plazos de entrega no permitan alcanzar una óptima calidad de la traducción.</p> <p>Uso de herramientas TAO.</p> <p>El cliente ha quedado satisfecho gracias a su <i>feedback</i>.</p>

3.2. Caso práctico: análisis de la traducción al francés de la Semana Santa de Sevilla

Con el fin de analizar la traducción al francés de la Semana Santa de Sevilla, en la Tabla 2 figuran tres de los apartados en español y en francés que hemos extraído de la página web de la Oficina de Turismo de Sevilla, con fecha 3 de enero de 2025¹. Es importante precisar la fecha de la consulta, ya que la información de una página web es cambiante, especialmente cuando se trata de un festejo. Asimismo, hemos seleccionado solo una parte de la información que ofrece la web que hemos considerado con más enjundia; es decir, los párrafos que contenían ejemplos claros de los parámetros de una traducción turística. Aclarados estos puntos, en la primera celda de la tabla numeraremos los ejemplos; en la siguiente fila, expondremos la información del texto origen y de su traducción (copiada tal cual de la web) para analizarla; más abajo, indicaremos la o las categorías y respectivos parámetros de calidad en los que nos basamos para llevar a cabo dicho análisis y comprobar si los parámetros de calidad mencionados se han cumplido o no en las traducciones; después, justificaremos los motivos por los que la traducción es correcta o errónea y, en este último caso, propondremos alternativas en la última celda.

Tabla 2. Análisis de la calidad de los textos traducidos al francés de la Semana Santa de Sevilla (Fuente: elaboración propia)

EJEMPLO 1:	
TEXTO EN ESPAÑOL	TRADUCCIÓN AL FRANCÉS
<p>Pasión y misterio La Semana Santa de Sevilla es a la vez una demostración de religiosidad y un espectáculo artístico y etnográfico en el que se recogen los mayores logros de la escultura y las artesanías de nuestra ciudad.</p>	<p>Passion et mystère La Semaine Sainte de Séville est à la fois une démonstration de religiosité et un spectacle artistique et ethnographique dans lequel les plus grandes réalisations de la sculpture et de l'artisanat de notre ville sont rassemblées.</p>
<p>CATEGORÍA DE CALIDAD: Correcta redacción del texto meta. Tratamiento adecuado del material no verbal.</p>	
<p>PARÁMETROS DE CALIDAD: Ausencia de faltas de ortografía. Traducción de topónimos, siempre que haya una establecida y reconocida por el uso. Se mantienen los resaltes tipográficos del texto origen en el texto meta.</p>	
<p>JUSTIFICACIÓN: Errores ortográficos en la traducción: el diccionario en línea <i>Larousse</i> escribe en su web (2025) <i>Semaine sainte</i> (<i>sainte</i> en minúscula). Asimismo, según la obra <i>Lexique des règles typographiques</i>, "les noms des fêtes s'écrivent avec une capitale initiale au nom caractéristique et à l'adjectif qui éventuellement le précède" (2002: 81). Por tanto, entendemos que siempre que se vaya a traducir "Semana Santa" deberá hacerse con la minúscula en <i>sainte</i>. Correcta traducción de topónimos: en Francia, la adaptación gráfica de "Sevilla" es "Séville". Se ha mantenido el uso de la negrita en el texto meta; no obstante, en el TO el término "espectáculo" no aparece resaltado en negrita, mientras que sí lo hace en el TM. En nuestra propuesta consideramos que "spectacle" debe ir también en negrita, ya que es el sustantivo que acompaña al adjetivo "artistique".</p>	
<p>PROPUESTA ALTERNATIVA: <i>Passion et mystère</i> La Semaine sainte de Séville est à la fois une démonstration de religiosité et un spectacle artistique et ethnographique dans lequel les plus grandes réalisations de la sculpture et de l'artisanat de notre ville sont réunies.</p>	
EJEMPLO 2:	
TEXTO EN ESPAÑOL	TRADUCCIÓN AL FRANCÉS
<p>Cuando las obras de arte se sacan a la calle En este evento se ponen de manifiesto tanto las emociones espirituales y culturales como la admiración de las obras de arte. Los pasos muestran tallas realizadas por formidables escultores, desde la época del Barroco hasta nuestros días. [...]</p>	<p>Quand les œuvres d'art descendent dans la rue Les émotions spirituelles et culturelles ainsi que l'admiration des œuvres d'art sont au rendez-vous. Les pasos présentent des sculptures réalisées par de formidables sculpteurs, de l'époque baroque à nos jours. Les scènes que vous pouvez voir sur les marches de la statue de la Vierge sont également exposées. [...]</p>
<p>CATEGORÍAS DE CALIDAD: Adecuación terminológica. Fidelidad del texto origen. Adecuación al destinatario. Correcta redacción del texto meta.</p>	
<p>PARÁMETROS DE CALIDAD: Correcta traducción de culturemas. Ausencia de adiciones innecesarias. Tratamiento de <i>vous</i> en los textos franceses. Ausencia de errores ortotipográficos. Ausencia de faltas de ortografía.</p>	

¹ *Pasión y misterio*: <https://visitasevilla.es/la-semana-santa-de-sevilla/>

JUSTIFICACIÓN:
 El culturema “pasos” se ha trasladado a la traducción, pero no va acompañado de ninguna explicación. Dado que los potenciales visitantes franceses podrían, en la mayoría de los casos, desconocer el significado de este término, consideramos que se tendría que haber aplicado la técnica del préstamo + amplificación. De esta forma, se mantiene el término original y se ofrece una breve explicación con el fin de que sea comprensible para el destinatario. Asimismo, de acuerdo con las normas ortotipográficas, el préstamo “pasos” debería ir en cursiva al tratarse de un extranjerismo, pero también para diferenciarlo del resto del texto. En cuanto a la explicación, deberá figurar entre paréntesis y en redonda.
 En el TM aparece una frase que no figura en el TO. Por tanto, se trata de una adición que no sabemos si obedece a una información que los autores de la traducción consideraron importante para el destinatario francés, pero no para el español, o bien se trata de un despiste. En cualquier caso, hemos decidido no añadir la citada frase en nuestra propuesta con el fin de ser totalmente fieles al TO.
 Uso del *vous*: se ha cambiado el tratamiento del “tú” del TO al *vous* en el TM, decisión que compartimos.

PROPUESTA ALTERNATIVA:
 Quand les œuvres d’art sont sorties dans la rue
 Les émotions spirituelles et culturelles ainsi que l’admiration des œuvres d’art sont au rendez-vous. Les *pasos* (sortes d’autels portés à dos d’homme) arborent des sculptures réalisées par de formidables artistes, depuis l’époque baroque jusqu’à nos jours.

EJEMPLO 3:

TEXTO EN ESPAÑOL	TRADUCCIÓN AL FRANCÉS
La procesión se lleva por “el centro” El séquito que acompaña a estas imágenes está protagonizado principalmente por los nazarenos , cuyos rostros están cubiertos en señal de penitencia. Dichas procesiones transcurren por el centro de la ciudad, desde su iglesia hasta la Catedral, completando la denominada “carrera oficial”, y proporcionando hasta altas horas de la noche momentos fabulosos llenos de detalles. El casco antiguo más grande de España es en estos días un continuo ir y venir de cofradías.	La procession passe par le «centre». La suite qui accompagne ces images est principalement composée de Nazaréens , dont le visage est couvert en signe de pénitence. Ces processions traversent le centre de la ville, de l’église à la cathédrale, complétant ainsi la “carrera oficial” et offrant de fabuleux moments pleins de détails jusqu’à tard dans la nuit. La plus grande vieille ville d’Espagne est aujourd’hui le théâtre d’un va-et-vient incessant de confréries.

CATEGORÍAS DE CALIDAD:
 Adecuación estilística.
 Correcta redacción del TO y del TM.
 Adecuación terminológica.
 Tratamiento adecuado del material no verbal.

PARÁMETROS DE CALIDAD:
 Se mantienen los juegos de palabras.
 Ausencia de errores ortotipográficos.
 Ausencia de faltas de ortografía.
 Correcta traducción de culturemas.
 Se mantienen los resaltes tipográficos del texto origen en el texto meta.

JUSTIFICACIÓN:
 Traducción de juegos de palabras: el título en español de este párrafo está basado en un juego de palabras, ya que hay una frase proverbial conocida como “la procesión va/se lleva por dentro”. Según el Centro Virtual Cervantes (2025), “se aplica a la persona que se encuentra en una situación difícil, pero disimula o no exterioriza el sufrimiento que está padeciendo”. Por desgracia, como suele ocurrir con las expresiones de tipo cultural, es muy difícil encontrar un equivalente en francés que guarde el mismo juego y significado. El equivalente que este refranero propone en francés es “Les grandes douleurs sont muettes”. A pesar de que existe un equivalente de significado, no es posible mantener el juego de palabras, por lo que en el TM se ha optado por eliminar la alusión a la frase proverbial y mantener una función explicativa, conforme con la información del párrafo al que alude. Algo con lo que coincidimos.
 Error ortotipográfico en el TO: a pesar de que el uso de las comillas inglesas está aceptado y muy extendido, la *Ortografía de la lengua española* (2010) recomienda el uso de las comillas angulares; [...] «el centro» en lugar de “el centro”).
 Errores ortotipográficos en el TM: en Francia, las comillas deben ser las latinas. Asimismo, el sitio web *La langue française* (2022)² indica que “Excepté les titres d’œuvres (livre, film...), une phrase nominale, ou sans verbe, se termine par un point”. Entendemos que esto es aplicable a cualquier final de línea de un título o de un subtítulo, cuando la tipografía marca, por ella misma, la ruptura de la frase.
 Error en la traducción de culturemas: se ha traducido «nazarenos» por *Nazaréens*. En primer lugar, esta traducción es errónea, ya que en el TO se hace alusión a los penitentes que participan en la Semana Santa, y no a los oriundos de Nazaret, como se infiere que se ha aplicado en el TM. Dado que en este caso estamos ante un culturema, consideramos que habría sido necesario aplicar la técnica préstamo + amplificación; es decir, mantenemos el término y proporcionamos una breve explicación entre paréntesis. Algo que consideramos vital para la comprensión del destinatario. Más abajo exponemos nuestra propuesta.
 Error ortográfico en el TO: aunque la RAE (2025) señala que “los adjetivos y sustantivos que forman parte de la denominación de sedes de entidades o instituciones, de edificios singulares o de conjuntos y elementos arquitectónicos de carácter monumental” se pueden escribir tanto en mayúscula como en minúscula, si en este último caso “el sustantivo genérico que acompaña al término específico se corresponde con la naturaleza del referente designado, es asimismo admisible escribir el sustantivo genérico con minúscula y aplicar la mayúscula solo al término específico”. Al no aparecer en el texto la alusión directa a la catedral de Sevilla, entendemos que el genérico “catedral” debería escribirse en minúscula, tal y como se ha hecho en el TM.
 Traducción de culturemas: una entrada titulada “Este es el diccionario que tienes que usar para conocer a fondo las procesiones y pasos de Semana Santa” en la página web de la sociedad COPE (2022) define “carrera oficial” como “el recorrido obligatorio para todas las cofradías en su estación de penitencia, cercado y donde se colocan los palcos y sillas de alquiler”. En el TM se ha mantenido el culturema entre comillas, pero no se ha proporcionado ninguna explicación, algo que consideramos que puede dejar al lector con la necesidad de conocer su significado. Por ello, sería recomendable volver a aplicar la técnica de préstamo + amplificación, tal y como veremos en la propuesta alternativa.
 Se ha mantenido el uso de la negrita en el TM.

² <https://www.lalanguefrancaise.com/articles/les-regles-de-la-ponctuation-en-francais#le-point>

PROPUESTA ALTERNATIVA:

La procession passe par le centre de la ville

La suite qui accompagne ces images est principalement composée de **nazarenos** (pénitents vêtus d'une tunique et, parfois, d'une cape), dont le visage est couvert en signe de pénitence.

Ces processions traversent le centre de la ville, depuis leur église jusqu'à la cathédrale, complétant ainsi la *carrera oficial* (parcours obligatoire de toutes les confréries) et offrant de fabuleux moments riches en détails jusqu'à tard dans la nuit. La plus grande vieille ville d'Espagne est aujourd'hui le théâtre d'un va-et-vient incessant de confréries.

Como colofón a este apartado, queremos destacar que dicho análisis no se ha llevado a cabo con el fin de detectar solo los errores, sino también de subrayar los aciertos. De los errores se aprende, pero los aciertos ayudan a crear precedentes en los que fijarse para lograr traducciones turísticas de calidad en futuros encargos. Además, recordemos que no existe una única traducción válida, sino que puede haber diferentes variantes y todas resultar igual de correctas, siempre y cuando se mantenga el mensaje del texto origen. Por esta razón, en nuestras propuestas hemos intentado subsanar los errores manifiestos que hemos detectado en algunos párrafos, pero eso no implica que la nuestra sea la mejor de las variantes.

4. Conclusiones

El alcance sociológico y económico que tiene el turismo en España es difícilmente cuestionable. Por este motivo, consideramos que los textos turísticos, especialmente los institucionales, deben gozar de una calidad mínima como para ser entendidos por un nativo, ya que suponen la primera imagen que reciben los turistas extranjeros.

Abordar la calidad resulta un tanto complejo, ya que puede obedecer a criterios subjetivos en función de la perspectiva de un investigador, un traductor profesional o el destinatario de un texto turístico. Por ello, el presente estudio pretendía averiguar qué factores son los que más se tienen en cuenta a la hora de valorar si una traducción turística es de calidad; en concreto, del español al francés. Con este fin hemos elaborado una tabla con parámetros y sus respectivas categorías que podrían ayudar a evaluar la calidad de una traducción turística ES>FR, basándonos en la perspectiva de investigadoras reputadas y traductores profesionales a través de la información presente en las páginas web de agencias de traducción, tanto francesas como españolas. A pesar de no haber incluido la perspectiva del destinatario mediante un estudio de recepción, el traductor parte con la ventaja de que también es un turista, por lo que podrá intuir con relativa facilidad las necesidades de sus lectores. Todo esto con el ánimo de ayudar a que un traductor turístico, en ciernes o experimentado, logre una traducción de calidad que cumpla con las expectativas de los visitantes extranjeros. Por último, para el caso práctico, nos pareció conveniente un texto sobre la Semana Santa, porque el turismo religioso y, en concreto, la Semana Santa, tiene una especial relevancia en España. No en vano, este festejo es, según los datos del Ministerio de Industria y Turismo (2025), la Fiesta de Interés Turístico Internacional que más declaraciones atesora. En concreto, elegimos la información de la Semana Santa de Sevilla por ser una de las más antiguas y reputadas de España.

Por último, de este estudio se desprende que los criterios del mundo académico y profesional coinciden en su amplia mayoría, difiriendo principalmente en la traducción inversa, ya que los profesionales solo recomendaban las traducciones hacia la lengua materna del traductor. Sin embargo, esta modalidad es aconsejada en la formación universitaria de traductores para aprender y profundizar en la gramática y terminología de las lenguas B y C. Además, debemos tener en cuenta que, en el sector turístico español, hay más demanda de traducciones inversas. Por esta razón, es importante acercar el mundo profesional al aula universitaria para que los estudiantes sean conscientes de los retos que plantea la traducción turística. Igualmente, en la propuesta-guía que hemos elaborado sobre los parámetros, debemos admitir que muchos de ellos son comunes a cualquier ámbito, pero incluimos los que son más propios del turístico, como la traducción de culturemas, la función exhortativa, la correcta traducción de topónimos y nombres históricos, los juegos de palabras, entre otros. Asimismo, queremos recordar que la evaluación de la calidad de un texto turístico la hemos llevado a cabo desde el punto de vista de los traductores (tanto profesionales como académicos) y no del de los destinatarios. A pesar de que hemos tenido que limitar a tres los investigadores y a seis las agencias de traducción, estimamos que contaban con el suficiente prestigio y experiencia como para otorgarles fiabilidad y ser referentes en el presente estudio.

Bibliografía

- Académie française (s. f.). *La langue française. Questions de langue. Majuscules*. https://www.academie-francaise.fr/questions-de-langue#48_strong-em-majuscules-em-strong
- BeTranslated (2023, 13 de marzo). *¿Cómo evaluar un servicio de traducción de calidad?* <https://www.betranslated.es/blog/servicio-de-traducion-de-calidad/>
- Calvi, Maria Vittoria (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, 19, 9-32. <https://revistaiberica.org/index.php/iberica/article/view/351>
- Centro Virtual Cervantes (CVC). (2025). *La procesión va por dentro*. <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranelo/ficha.aspx?Par=58901&Lng=0#:~:text=Significado%3A%20Se%20aplica%20a%20la,el%20sufrimiento%20que%20est%C3%A1%20padeciendo>
- COPE. (2022, 12 de abril). *Este es el diccionario que tienes que usar para conocer a fondo las procesiones y pasos de Semana Santa*. https://www.cope.es/religion/hoy-en-dia/iglesia-espanola/noticias/este-diccionario-que-tienes-que-usar-para-conocer-fondo-las-procesiones-pasos-semana-santa-20220412_393827

- Durán Muñoz, Isabel (2012). Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones. *Revista de lingüística y lenguas aplicadas*, 7, 103-114. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>
- Exceltur (2024, febrero). *PIB turístico español. El indicador de la evolución de la actividad turística que revierte a España*. <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>
- González Pastor, Diana María (2012). *Análisis descriptivo de la traducción de culturemas en el texto turístico*. [Tesis doctoral inédita]. Universitat Politècnica de València]. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/17501>
- González Pastor, Diana María (2018). *¿Cómo se traducen los culturemas del ámbito turístico?: Análisis de estrategias de traducción (español-inglés)*. Comares.
- Imprimerie Nationale (2002). *Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale* (reimp., julio de 2014). Imprimerie nationale Éditions
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2025, 3 de enero). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras. Noviembre 2024. Datos provisionales*. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/FRONTUR1124.htm>
- Interface ICLG (s.f.). *Comment évaluer la qualité d'une traduction ?* <https://www.interface-translation.com/fr/comment-evaluer-la-qualite-dune-traduction/>
- Kameleon Language Services (2024). *¿Cómo podemos valorar objetivamente una traducción de calidad?* <https://kameleonls.com/traduccion-calidad/>
- Larousse (2025). Semaine sainte. En *Dictionnaire de français*. Recuperado el 7 de enero de 2025 de: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/semaine/71927#183875>
- Le Poder, Marie-Evelyne y Fuentes Luque, Adrián (2005). El turismo en España: panorama introductorio. En A. Fuentes Luque (Ed.), *La traducción en el sector turístico* (pp. 21-34). Editorial Atrio. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/32331/PrincipioTraduccion.pdf>
- Ministerio de Industria y Turismo (2025). *Fiestas de Interés Turístico Nacional e Internacional*. <https://turismo.gob.es/desarrollo-sostenibilidad/fiestas/Paginas/Fiestas-de-Inter%c3%a9s-Tur%c3%adstico-Internacional.aspx>
- Nobs, Marie-Louise (2003). *Expectativas y evaluación en la traducción de folletos turísticos: estudio empírico con usuarios reales*. [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Granada.
- Real Academia Española. *Ortografía de la lengua española* (2010). CAPÍTULO IV. El uso de las letras minúsculas y mayúsculas. 4.2.4.6. Lugares. 4.2.4.6.10 *Edificios y monumentos*. <https://www.rae.es/ortograf%c3%ada/lugares#4.2.4.6.10>
- Real Academia Española. *Ortografía de la lengua española* (2010). CAPÍTULO III. El uso de los signos ortográficos. 3. Signos de puntuación. 3.4. Usos de los signos de puntuación. 3.4.8. Las comillas. <https://www.rae.es/ortograf%c3%ada/lugares#4.2.4.6.10>
- Soto Almela, Jorge (2014). *Los términos culturales en el ámbito turístico español-inglés: traducción, manipulación y recepción real en usuarios anglófonos*. [Tesis doctoral inédita]. Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10803/284770>
- Traduc.com. (2022, 13 de julio). *Comment évaluer la qualité d'une traduction ?* <https://traduc.com/blog/evaluer-qualite-translation>
- Tradutours. (2024, 5 de enero). *Comment évaluer la qualité d'une traduction ?* <https://www.tradutours.com/comment-evaluer-la-qualite-dune-traduction/>
- Turespaña. (2023, mayo). *Francia*. <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/FichasEjecutivas/Ficha%20ejecutiva%20Francia%20Junio%202019.pdf>
- Veritas Traducción y Comunicación, S.L. (2024). *¿Qué es lo que se entiende por calidad en traducción?* <https://www.veritaseuropa.com/traduccion/castellano/calidad.htm>

