

Índice

Introducción	7
Capítulo 1. El texto turístico y su traducción: en busca de una identidad propia	13
1.1. Multifuncionalidad e hibridismo del texto turístico	13
1.2. Rasgos lingüísticos del discurso turístico	14
1.3. Los géneros turísticos	16
1.4. ¿Traducción especial(izada)?	23
1.5. El traductor de textos turísticos	29
1.5.1. ¿Traducciones de calidad?	35
Capítulo 2. Texto turístico y cultura: una relación inevitable	37
2.1. Las referencias culturales: una constante del discurso turístico	37
2.2. ¿Cómo traducir culturemas en textos turísticos?	41
Capítulo 3. La aceptabilidad del destinatario: pieza clave en la traducción de textos turísticos	47
3.1. El destinatario: un agente condicionante de la traducción	47
3.2. El destinatario como evaluador de una traducción	51
3.3. Los destinatarios del texto turístico traducido.....	56
Capítulo 4. Cómo determinar la aceptabilidad de culturemas traducidos	59
4.1. Planteamiento y diseño de la investigación.....	59
4.2. Descripción de la muestra	70
4.3. Corpus de textos turísticos.....	80

Capítulo 5. Análisis de la aceptabilidad de culturemas traducidos	83
5.1. Aceptabilidad de las técnicas de traducción.....	83
5.2. Diferencias en la aceptabilidad entre visitantes y residentes.....	86
5.2.1. Culturemas opacos.....	87
5.2.2. Culturemas semi-transparentes	92
5.3. Traducción manipulada frente a traducción publicada	97
Capítulo 6. Conclusiones e implicaciones	103
6.1. Conclusiones	103
6.2. Implicaciones teóricas y prácticas.....	106
6.2.1. Implicaciones teóricas para la Traductología	106
6.2.2. Implicaciones prácticas para el sector turístico	107
6.3. Limitaciones y prospectiva	110
Referencias bibliográficas	113
Anexo 1	121
Anexo 2	127