

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU DE TRADUCCIÓ I INTERPRETACIÓ

TREBALL DE FI DE GRAU

Curs 2024-2025

**El català en el sector del turisme:
propostes de traducció per a la promoció de la llengua**

Rosa Pascual Serres

1631115

TUTORA

HELENA BORRELL CARRERAS

Barcelona, 28 de maig de 2025

UAB
**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Dades del TFG

Títol: El català en el sector del turisme: propostes de traducció per a la promoció de la llengua

Título: El catalán en el sector del turismo: propuestas de traducción para la promoción de la lengua

Title: Catalan in the tourism sector: translation proposals for language promotion

Autor/a: Rosa Pascual Serres

Tutor/a: Helena Borrell Carreras

Centre: Facultat de Traducció i d'Interpretació

Estudis: Grau en Traducció i Interpretació

Curs acadèmic: 2024-2025

Paraules clau

CA: català, turisme, traducció, localització, materials turístics, promoció

ES: catalán, turismo, traducción, localización, materiales turísticos, promoción

EN: Catalan, tourism, translation, localization, tourist materials, promotion

Resum: Aquest treball de fi de grau estudia la presència i l'ús del català en el sector turístic de Catalunya. Es parteix de la base que la llengua catalana, sovint, es troba en una posició d'inferioritat respecte a altres llengües més parlades, com el castellà i l'anglès, fins i tot en espais que haurien de valorar la cultura i la identitat locals. A través d'una anàlisi de materials turístics de diferents àmbits, es detecten mancances, incoherències i errors, i a partir de tot això es proposen solucions traductològiques per millorar la visibilitat i la qualitat del català. Aquestes propostes s'aconsegueixen gràcies a diverses tècniques de traducció i, seguidament, es reflexiona sobre com la traducció pot ser una eina clau per a la normalització lingüística i vinculació del turisme amb la llengua. D'aquesta manera, es defensa la necessitat d'un compromís ferm amb el català dins del turisme per una qüestió de cultura i identitat.

Resumen: Este trabajo de fin de grado estudia la presencia y el uso del catalán en el sector turístico de Cataluña. Parte de la base de que la lengua catalana, a menudo, se encuentra en una posición de inferioridad respecto a otras lenguas más habladas, como el castellano y el inglés, incluso en espacios donde se debería valorar la cultura y la identidad locales. A través del análisis de materiales turísticos de distintos ámbitos, se detectan carencias, incoherencias y errores, y a partir de todo ello se proponen soluciones traductológicas para mejorar la visibilidad y la calidad

del catalán. Estas propuestas se elaboran gracias a diversas técnicas de traducción y, posteriormente, se reflexiona sobre cómo la traducción puede convertirse en una herramienta clave para la normalización lingüística y la vinculación entre turismo y lengua. Así, se defiende la necesidad de un compromiso firme con el catalán en el ámbito turístico, como cuestión de cultura e identidad.

Abstract: This final degree project examines the presence and use of the Catalan language in the tourism sector in Catalonia. It is based on the idea that Catalan is often found in a position of inferiority compared to other more widely spoken languages, such as Spanish and English, even in spaces that should be aimed at valuing and promoting local culture and identity. Through the analysis of tourist materials from different areas and formats, shortcomings, inconsistencies, and various types of errors are identified. Based on all these findings, translation-based solutions are proposed to improve both the visibility and the overall quality of the Catalan language. These proposals are achieved through the application of various translation techniques, and, afterwards, the project reflects on how translation can become a key tool for linguistic normalization and for linking tourism with language. In this way, it defends the need for a strong and ongoing commitment to Catalan in tourism, as a matter of culture and identity.

ÍNDEX

1. Introducció.....	1
1.1. Justificació de l'interès pel tema.....	1
1.2. Objectius.....	1
2. Marc teòric.....	3
2.1. La importància de la llengua en el sector turístic.....	3
2.2. La situació del català com a llengua minoritzada.....	3
2.3. L'impacte del turisme en la conservació de les llengües regionals o minoritàries.....	5
2.4. Política lingüística en el turisme a Catalunya.....	5
2.4.1. Lleis sobre el català dins del sector turístic.....	6
2.5. La traducció i la localització en el context del turisme.....	7
3. Metodologia.....	9
4. Anàlisi de materials turístics.....	10
4.1. Excursions.....	10
4.1.1. Cas 1.....	10
4.1.2. Cas 2.....	10
4.2. Museus.....	11
4.2.1. Cas 3.....	11
4.2.2. Cas 4	11
4.3. Restaurants.....	11
4.3.1. Cas 5.....	11
4.3.2. Cas 6.....	12
4.3.3. Cas 7.....	12
4.4. Esdeveniments i parcs d'atraccions.....	13
4.4.1. Cas 8.....	13
4.4.2. Cas 9.....	13
4.4.3. Cas 10.....	14
4.5. Turisme i hotels.....	14
4.5.1. Cas 11.....	14
4.5.2. Cas 12.....	14
4.5.3. Cas 13.....	15
4.6. Anàlisi dels fullets de l'Oficina de Turisme de Barcelona.....	15
4.7. Conclusions de l'anàlisi.....	18
5. Propostes de traducció i de millora.....	19
5.1. Cas 1.....	19
5.2. Cas 2.....	19
5.3. Cas 3.....	20
5.4. Cas 4.....	21
5.5. Cas 5.....	21
5.6. Cas 6.....	22

5.7. Cas 7.....	23
5.8. Cas 8.....	24
5.9. Cas 9.....	24
5.10. Cas 10.....	25
5.11. Cas 11.....	25
5.12. Cas 12.....	26
5.13. Cas 13.....	26
6. Conclusions.....	28
7. Bibliografia.....	29

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Justificació de l'interès del tema

Ser estudiant de traducció implica un interès per les llengües, ja sigui escoltar-les, estudiar-les o parlar-les. Però, per sobre de tot, n'hi ha una que destaca i influeix més que les altres, i és la llengua materna: en aquest cas, el català. Tothom sap que a Catalunya es parla més d'un idioma i, a vegades, queda en segon pla respecte al castellà o a l'anglès. Aquesta situació és preocupant, ja que el català és la llengua que ha crescut al costat de moltes persones, i veure com perd presència, sobretot en espais públics, genera una sensació de desprotecció i invisibilitat.

El turisme és una porta d'entrada de visitants de tot arreu, així que hauria de ser també una eina per donar a conèixer la llengua i la cultura catalanes. No obstant això, el que passa sovint és que les comunicacions de tots els àmbits es fan en llengües més majoritàries, i el català queda en una posició poc visible o inexistent. Això no només impacta en la percepció que tenen els turistes del territori que visiten, sinó també en la manera com els catalans viuen i valoren la seva llengua.

Per aquest motiu, el tema desperta un interès especial: la traducció pot tenir un paper clau en revertir aquesta situació. Si es fa una bona gestió lingüística i traductològica, es podrà garantir que el català no només 'existeixi', sinó que ocupi el lloc que li correspon, que s'utilitzi i que s'estimi. Cal posar en relleu la seva importància dins del sector turístic, ja que moltes vegades no es respecta, i és necessària una reivindicació de drets i d'identitat.

1.2. Objectius

L'objectiu principal d'aquest treball és el d'analitzar i proposar formes de millora per la presència del català en els materials i recursos del sector turístic, centrant-se en la seva accessibilitat i atractiu per a visitants de tot el món. A continuació, es descriuen els objectius crucials que marcaran el desenvolupament d'aquest estudi:

Primer de tot, es farà una anàlisi dels materials turístics en català. L'objectiu és examinar la presència i l'ús del català en diversos suports del turisme, com són les pàgines web, la senyalització, les aplicacions mòbils, etc. Es vol identificar el nivell d'accessibilitat lingüística tant per a turistes locals com internacionals i detectar les mancances, errors o àrees de millora per consolidar el català com a llengua de referència dins del sector. A part d'això, aquesta anàlisi permetrà observar si les traduccions actuals són de qualitat, estan ben adaptades culturalment i són clares.

També es faran propostes de traducció per promoure la integració del català. Aquestes propostes consistiran a elaborar traduccions o millorar les que hi ha dels materials analitzats per afavorir la visibilitat del català en la comunicació turística. Totes aquestes propostes tindran com a objectiu adaptar el llenguatge d'aquests suports per fer-lo atractiu i fàcilment comprensible per a un públic divers, sigui catalanoparlant o internacional. Les propostes es basaran en tècniques de traducció i adaptació cultural, amb la finalitat de mantenir l'essència i la funció comunicativa dels textos.

Aquest conjunt d'objectius facilitarà un estudi integral i pràctic sobre com la traducció pot potenciar el català en el sector turístic, contribuint tant a la seva preservació com a la seva promoció en un context globalitzat.

2. MARC TEÒRIC

2.1. La importància de la llengua en el sector turístic

La comunicació lingüística és una peça clau dins del turisme perquè actua com a eix central per establir una connexió entre els turistes i els residents, i ajuda a crear una gran estada cultural. Per aquest motiu, la llengua no només serveix per transmetre informació bàsica, com pot ser donar indicacions, proporcionar dades històriques o fer recomanacions gastronòmiques, sinó que també és crucial per a la immersió cultural, que permet als visitants tenir una comprensió més profunda del lloc que visiten. Segons Melià (2005), un dels elements que defineixen la normalitat d'una comunitat lingüística és que sigui acceptada fora del seu àmbit geogràfic. Aquests últims anys, gràcies a la globalització, la importància mostrar una llengua a l'exterior ha augmentat i les fronteres entre comunitats lingüístiques s'han tornat més permeables, cosa que facilita que les llengües travessin els seus límits tradicionals. En el cas del català, aquesta projecció externa és especialment rellevant perquè està en un procés de normalització lingüística i necessita reforçar la seva presència i reconeixement en un context global per garantir la seva supervivència i desenvolupament.

Sovint, el català queda en posició inferior respecte a altres llengües com el castellà i l'anglès, sobretot en zones on hi ha molt turisme. Melià afirma que «Més de vint-i-sis milions de turistes visiten anualment els territoris de parla catalana, però una part important deuen retornar al seu lloc de procedència sense adonar-se'n» (Melià, 2005: 227). Aquesta falta de visibilitat pot limitar la possibilitat d'oferir una estada més autèntica als turistes, i per això es desaprofita un element que podria enriquir la seva visita i que al mateix temps contribueix a promoure i a conservar la identitat cultural del territori.

El fet d'utilitzar la llengua dins del sector turístic és molt important per reforçar la identitat cultural de Catalunya. És cert que el català té una presència rellevant en l'àmbit institucional i educatiu, però la seva integració en el turisme encara és limitada. Les dades indiquen que els visitants valoren positivament la cultura catalana i l'ús de la llengua, però un 70 % diu que no té prou accés als elements culturals propis durant la seva visita (Pujolar, 2006). En comparació amb altres regions, com el Quebec (un territori que ha unit la seva llengua al turisme), Catalunya no ha aprofitat del tot aquest potencial (Pujolar, 2006). Segons un estudi realitzat a Girona, la gran majoria de turistes estan a favor de la visibilitat de la llengua catalana, i un 74 % estaria interessat a adquirir més coneixements de la cultura catalana després de la seva estada. Així i tot, un 32 % considera que no ha rebut prou informació sobre la llengua i els aspectes culturals del territori (Canibe, 2014).

2.2. La situació del català com a llengua minoritzada

El català, un idioma que va néixer a l'edat mitjana com una llengua important a la Corona d'Aragó, va patir una minorització per la unió de Castella i Aragó (1492) i la guerra de Successió (1701-1714). El Decret de Nova Planta (1716) va imposar el castellà com a única llengua oficial. Així i tot, la Renaixença del segle XIX va promoure el català en la literatura i la premsa, però durant la dictadura franquista (1939-1975) es va perseguir l'idioma i el van excloure de l'educació i l'administració

(Fernando i Nicolás, 2011). No va ser fins a la mort de Franco i la transició democràtica que el català va anar recuperant part del seu estatus gràcies a l'Estatut d'Autonomia de 1979 i la Llei de Normalització Lingüística de 1983, que van reconèixer el català com a idioma oficial juntament amb el castellà a Catalunya (Parlament de Catalunya, 2022). Actualment, es reparteix en uns 68.730 km² on viuen 13.740.000 persones (Andorra, Espanya, França i Itàlia) (Generalitat de Catalunya, 2019), i el nombre de catalanoparlants habituals és del 32,6% (unes 2,2 milions de persones). (Generalitat de Catalunya, 2023: 37)

Tal com indica Plataforma per la Llengua (s. d.), el català ha estat sempre perseguit i marginat pels estats espanyol, francès i italià, i és una situació que encara perdura malgrat algun reconeixement regional. A la Unió Europea, les llengües pròpies es fan oficials si superen els cinc milions de parlants en un Estat o el 10% de la seva població. S'observa que:

El català es troba en una situació de llengua minoritzada atès que «pateix una restricció dels seus àmbits i funcions d'ús en un territori determinat, de tal manera que no serveix o no és necessària per a la major part d'ocasions o àmbits en què cal usar la comunicació verbal».

Per tant, el català no és una llengua minoritària sinó minoritzada. Això significa que, tot i tenir un bon nombre de parlants i ser la novena llengua més parlada de la Unió Europea, pateix restriccions i discriminació en àmbits molt importants. Hi ha aproximadament un terç de la població d'Espanya que viu en territoris on el català és la llengua pròpia, i està normativitzat i present en els mitjans de comunicació. Tanmateix, la seva situació legal i social queda subordinada al castellà, especialment en àmbits com el judicial, on només un 8,2 % de les sentències a Catalunya el 2017 es van dictar en català.

Aquest procés de minorització és degut a polítiques històriques i contemporànies que marginen el català i afavoreixen el castellà. Es pot observar tant en la substitució lingüística i en la manca de reconeixement ple dels drets lingüístics dels catalanoparlants, com en el fet que l'ús del català no sigui prioritari en funcions administratives o judicials. Aquesta discriminació pot ser explícita, com en casos d'exigència de parlar castellà, o implícita, com la falta de requisits per saber parlar el català en certs càrrecs (Casanovas, 2023).

En aquest sentit, el concepte de *less translated languages*, explicat per Albert Branchadell (2005), ajuda a entendre millor la situació del català. Segons ell, hi ha llengües que, tot i tenir molts parlants, gairebé no es tradueixen a altres idiomes. Això fa que siguin poc visibles al món i que les llengües més grans continuïn dominant. El català, tot i que és viu i usat a casa nostra, entra dins d'aquest grup de llengües que es tradueixen poc, i això fa que no arribi a tenir tanta presència internacional.

Internet té un paper clau en el dinamisme de la llengua, ja que hi ha hagut avenços en la creació de continguts i eines digital en català, però amb algunes limitacions, sobretot en el sector empresarial. Així i tot, el català continua mostrant signes de vitalitat i resistència, especialment en àmbits innovadors. És necessari un esforç col·lectiu per garantir-ne la normalització i l'ús en totes les àrees socials (Guzman, 2005).

2.3. L'impacte del turisme en la conservació de les llengües regionals o minoritàries

El turisme pot influir considerablement en la preservació de les llengües regionals o minoritàries, amb efectes que poden ser tant positius com negatius. Primer de tot, l'afluència de turistes pot fer que se li doni visibilitat i prestigi a aquestes llengües perquè poden convertir-se en part de l'experiència cultural que se'ls ofereix (Lonardi, 2020). Per exemple, incloure la llengua als cartells, materials turístics, activitats o espectacles pot fer que les persones vegin l'idioma com un patrimoni valuós i únic. S'ha considerat el gal·lès com un atractiu turístic sobretot en mercats internacionals, on es destaca com una llengua essencial i antiga en la cultura gal·lesa. Encara que històricament s'ha evitat promocionar-lo dins del mercat britànic per por d'alterar els turistes anglesos, la seva presència en el màrqueting turístic està augmentant.

D'altra banda, si les polítiques per protegir la llengua no són clares, el turisme pot ser negatiu, ja que molts d'ells s'expressen en idiomes dominants com l'anglès o el castellà. Això fa que a l'hora d'atendre aquests turistes es prioritzin els seus idiomes i es canviï la llengua, deixant de banda l'idioma local. D'aquesta manera es provoca una pèrdua de reconeixement de la llengua minoritària i fins i tot el seu abandonament progressiu (Aguilera, 2023).

Per fer que el turisme ajudi a conservar la llengua, cal que el català es faci visible dins del paisatge lingüístic, incorporar-lo als serveis i materials turístics i promoure'l activament entre els visitants. Això no només dona a conèixer el català i la cultura catalana, sinó que també reforça el seu prestigi de manera internacional, impulsa l'autoestima lingüística de la comunitat i contribueix a la seva normalització total (Melià, 2005).

En aquest context, és important tenir en compte el que diu Branchadell (2005): si una llengua com el català no es tradueix, no circula, i si no circula, no es coneix. Això es nota especialment en àmbits com el turisme, on compartir la cultura depèn molt de poder-la traduir. Per aquest motiu, fer present el català en el sector turístic no només serveix per conservar-lo, sinó també per donar-lo a conèixer al món.

2.4. Política lingüística en el turisme a Catalunya

L'informe de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (2020) subratlla el paper del català com a component clau de la identitat cultural de Catalunya, sobretot en el sector turístic, on la llengua adquireix un valor que enriqueix l'estada dels visitants. Les polítiques lingüístiques del territori aposten per fomentar el català en àrees com l'atenció al públic, el comerç i els materials promocionals. Aquest enfocament segueix els passos d'altres regions com el País Basc, Galícia o Flandes, que han integrat les seves llengües pròpies com a part essencial del turisme, alhora que mantenen una gestió multilingüe per atendre visitants internacionals.

Així i tot, el català encara s'enfronta a algunes dificultats. Per aquest motiu, la Generalitat impulsa diverses accions per garantir una presència favorable del català en el turisme, com la creació de materials en aquesta llengua, la formació lingüística de treballadors del sector i l'increment de l'ús del català en els serveis turístics. Cal destacar la col·laboració amb el Premi CETT Alimara CAT, que

premia iniciatives del sector turístic que utilitzen i respecten el català, a part de promocionar-lo. A més, hi ha subvencions adreçades a empreses que fomenten l'ús del català i a recursos terminològics especialitzats, com el diccionari de turisme del TERMCAT. També treballa en col·laboració amb institucions europees i altres regions plurilingües per compartir estratègies en la promoció de llengües minoritàries (Generalitat de Catalunya, 2020).

En el marc de les actuacions municipals per promoure la llengua catalana en l'àmbit turístic, Marina Massaguer Comes, filòloga i antiga tècnica de Política Lingüística a l'Ajuntament de Tarragona, parla d'una iniciativa que es va dur a terme l'any 2009 per vincular el català al turisme de la ciutat. Es van crear unes postals amb il·lustracions representatives de Tarragona que incorporaven vocabulari bàsic en català. La campanya, coordinada entre el Servei de Política Lingüística, el Patronat de Turisme i la Plataforma per la Llengua, tenia com a objectiu atreure els turistes i apropar-los a la llengua catalana, a part de donar visibilitat a l'idioma. Les postals estaven disponibles en castellà, anglès i francès, i es distribuïen en àrees d'afluència turística de la ciutat. No obstant això, Marina Massaguer considera que, tot i ser una aportació positiva i simbòlica, no van tenir un gran impacte en la situació real del català dins del sector turístic (comunicació personal, 5 de maig del 2025).

Les mesures pel català són importants sobretot en zones que acullen molts turistes, ja que el català no només afavoriria la seva normalització com a llengua habitual, sinó que també facilitaria una connexió cultural més autèntica entre els residents i els turistes. La política lingüística en el turisme de Catalunya busca promocionar la llengua amb la necessitat de ser accessible per a un públic divers, seguint exemples d'altres territoris que han sabut fer de les llengües pròpies un atractiu cultural i turístic de gran valor (Generalitat de Catalunya, 2020).

2.4.1. Lleis sobre el català dins del sector turístic

Al portal oficial de la Generalitat de Catalunya hi ha el recull de normativa legal sobre la llengua catalana. Se centra en diversos àmbits, com l'educatiu, institucional i socioeconòmic, entre d'altres. Així i tot, els sectors que tenen una relació directa amb el turisme a Catalunya són el de l'etiquetatge i el de les empreses (les que es dediquen al turisme). El primer fa referència a la normativa que regula l'ús del català en l'etiquetatge de productes i serveis a Catalunya. És obligatori, doncs, que la informació essencial dels productes, com per exemple les advertències de seguretat, les instruccions d'ús, dades o precaucions estigui disponible en català.

La Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, estableix que les empreses públiques i concessionàries han d'utilitzar sempre el català en la documentació, etiquetatge, embalatge, retolació i comunicació en general. Així i tot, els ciutadans tenen dret a rebre-ho en castellà si ho sol·liciten. L'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes es poden fer en qualsevol llengua de la UE, però si un producte té denominació d'origen, denominació de qualitat, és artesanal o està distribuït a Catalunya, ha d'estar en català. A més, el Govern pot regular l'ús progressiu del català en sectors com l'alimentació o el tabac, i les empreses tenen un termini d'adaptació de dos a cinc anys. (Generalitat de Catalunya, 1998).

La Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'autonomia de Catalunya, estableix que totes les persones tenen el dret a utilitzar qualsevol de les llengües oficials del territori, i aquest dret s'ha de garantir sense discriminació lingüística. La llei també reconeix el dret dels consumidors i usuaris a ser atesos en la llengua oficial que escullin, i les empreses i entitats públiques de Catalunya ho han de garantir. També s'ha de fomentar l'ús del català i de l'aranès en l'etiquetatge i instruccions dels productes distribuïts a Catalunya (Generalitat de Catalunya, 2006).

Finalment, la Llei 22/2010, de 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya, tot i compartir punts en comú amb la llei anterior, concreta tots aquests drets en l'àmbit del consum, com per exemple en l'etiquetatge, factures i contractes, i en fa obligacions legals amb sancions (Generalitat de Catalunya, 2010).

Pel que fa a la normativa legal de la secció de les empreses, també hi ha diverses lleis. Alguns articles de la Llei 1/1998, mencionada anteriorment, fan referència als deures de les empreses de Catalunya. L'article 32 estableix que les empreses han d'atendre tant en català com en castellà, i la informació fixa ha d'estar almenys en català. Les empreses concertades o subvencionades (article 33) han d'utilitzar el català en rètols i documents relacionats amb l'ajut. L'article 35 estableix que el català s'ha d'usar en la publicitat institucional i també es promou en la publicitat privada i, finalment, dins de l'àmbit laboral (article 36) es fomenta l'ús del català en el treball i en els convenis col·lectius (Generalitat de Catalunya, 1998).

El Decret 112/2010, de 31 d'agost, pel qual s'aprova el Reglament d'espectacles públics i activitats recreatives, estableix que el personal de control d'accés a espectacles i activitats recreatives ha de saber parlar un mínim de català i castellà per atendre el públic i superar proves amb una part teòrica i pràctica que inclouen un diàleg en les dues llengües. També assenyala que els rètols i plaques informatives s'han de redactar en català, d'acord amb la normativa lingüística, i amb la possibilitat d'afegir altres idiomes (Generalitat de Catalunya, 2010).

El Decret 159/2012, de 20 de novembre, d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic, exigeix que les normes internes estiguin disponibles en català, castellà, anglès, francès i alemany. La informació dels preus ha d'estar, com a mínim, en català, i els càmpings han de tenir recepcionistes que parlin català, castellà i dos idiomes estrangers. En tots els casos, el català és obligatori (Generalitat de Catalunya, 2012).

Per tant, el català és una llengua d'ús obligatori en diversos àmbits del sector turístic, especialment en la informació al consumidor, l'etiquetatge i l'atenció al públic. Això vol dir que les empreses que es dediquen al turisme han de garantir el dret dels usuaris a ser atesos en català i a oferir-los la informació bàsica en aquest idioma. La normativa estableix mesures concretes per assegurar la presència del català en serveis, rètols i comunicacions dins del sector turístic.

2.5. La traducció i la localització en el context del turisme

La traducció i la localització són elements essencials per fomentar la promoció lingüística en el turisme. Traduir materials com guies, pàgines web, aplicacions i senyalització no només fa que el català sigui més visible, sinó que també deixa clara la seva rellevància i ús habitual dins de la societat. Això contribueix a normalitzar la llengua i a oferir una estada més enriquidora i autèntica als turistes.

Però la traducció no es limita a un procés literal (no només traduir), i aquí és on la localització pren protagonisme, ja que adapta els continguts al context cultural, social i lingüístic del territori. Aquest procés inclou des de l'ús de referències culturals fins a la manera de comunicar-se en funció del públic destinatari. En el cas del turisme a Catalunya, la localització pot posar èmfasi en elements únics de la cultura catalana, com les tradicions, la història o la gastronomia, integrant-los en els materials turístics d'una manera atractiva i apreciable per als visitants, siguin d'on siguin. Aquesta estratègia, a part de reforçar el valor del català com a part del patrimoni cultural, fomenta un vincle emocional que augmenta la percepció positiva de la destinació. (Baker i Saldanha, 2019).

Des d'una perspectiva teòrica, la localització cultural es basa en la idea que una comunicació adaptada al context cultural genera més empatia i connecta millor amb les persones. En el turisme, aquesta connexió pot marcar la diferència a l'hora de proporcionar una experiència memorable, ja que fa que els visitants se sentin inclosos i respectats en un entorn autèntic i vinculat a les seves arrels. D'aquesta manera, la traducció i la localització no només faciliten la comunicació, sinó que esdevenen eines poderoses per protegir i promocionar les llengües minoritàries en el marc del turisme globalitzat (Baker i Saldanha, 2019).

3. METODOLOGIA

La metodologia d'aquest estudi consisteix en l'anàlisi de materials turístics que provenen de diferents àmbits, entitats i llocs del territori. L'objectiu principal és poder veure de quina manera es fa servir el català dins del sector turístic de Catalunya i identificar possibles alternatives per reforçar-ne l'ús mitjançant la traducció i l'adaptació de continguts.

Per tenir una bona selecció de materials turístics s'han seguit criteris de representativitat i diversitat, com per exemple webs oficials, fullets, restaurants, museus, parcs d'atraccions i esdeveniments. Alguns són espais i plataformes de diferents tipologies que tenen una gran presència dins del turisme, i molts d'ells han estat objecte de comentaris destacats a les xarxes socials sobre l'ús que fan del català. S'han examinat els materials seleccionats a partir de les pautes següents:

- Presència o absència del català.
- Qualitat lingüística dels textos en català.
- Disponibilitat de la informació en català en comparació amb altres llengües.
- Coherència en l'ús de la llengua (errors o barreges entre idiomes).
- Facilitats per triar el català com a idioma de navegació.

El procediment d'anàlisi s'ha fet de la següent manera: primer, descrivint els materials o casos analitzats, després, identificant les mancances, errors o comentaris destacables i, finalment, extraient-ne unes conclusions generals. Els resultats s'han agrupat per temes segons el tipus d'establiment o servei turístic per facilitar-ne la comparació i la interpretació. A part de l'anàlisi documental, s'han creat propostes de traducció mitjançant diferents tècniques per millorar i promoure l'ús del català en aquests material. Per fer-ho, s'han aplicat diferents tècniques de traducció basades en la classificació proposada per Amparo Hurtado Albir (2001), com ara la modulació, la transposició, l'amplificació, la reducció o l'adaptació. Aquest enfocament metodològic permet oferir una visió àmplia i fonamentada de l'estat actual del català en el sector turístic i aporta una base sòlida per a la posterior elaboració de propostes de millora.

4. ANÀLISI DE MATERIALS TURÍSTICS

L'objectiu d'aquest estudi és analitzar la presència del català en els materials turístics i valorar-ne la qualitat i accessibilitat. Es vol determinar fins a quin punt la informació en català és fàcil d'entendre i si es presenta en condicions d'igualtat respecte a altres llengües. L'estudi ha revelat diferències rellevants en la seva presència, ja que hi ha materials que inclouen el català però amb errors o en una posició inferior respecte a altres llengües, i hi ha casos en què directament no apareix. En alguns espais, fins i tot, es nota de manera significativa l'ús de traduccions automàtiques amb errors lingüístics o continguts incomplets.

A continuació, s'exposen els casos analitzats, que mostren com la presència del català en el sector turístic continua sent desigual i sovint insuficient, evidenciant la necessitat de mesures que en garanteixin una major visibilitat i qualitat.

4.1. Excursions

4.1.1. Paisatges de Catalunya (cas 1)

La pàgina web de Paisatges de Catalunya té el català com a idioma disponible, però hi ha alguns errors i mancances que poden afectar la comprensió dels usuaris. Hi ha unes quantes llengües per escollir, però la versió catalana conté algunes paraules incorrectes i fragments de text en castellà. A més, alguns textos sembla que s'hagin traduït automàticament, cosa que pot provocar expressions artificials. Com a exemple, hi ha el títol de la pàgina principal: *Excursions d'1 dia per conèixer les tradicions i els pobles de Catalunya i França*, o una frase destacable que diu: *Telefon d'asistencia exclusiu pel dia de l'excursió*, a l'apartat dels llocs de sortida, la qual conté diverses faltes d'ortografia.

A part d'aquestes descures, el català no sempre té la mateixa rellevància que el castellà en alguns apartats. Els materials complementaris de la web, que són els fullets i guies turístiques, inclouen el català, però sovint comparteix espai amb altres idiomes i això pot afectar-ne la llegibilitat. Tampoc hi ha una opció específica per seleccionar el català com a llengua de navegació, cosa que genera una barreja d'idiomes que no té una estructura clara, i com sempre, el castellà n'és el protagonista.¹

4.1.2. Guies turístiques de *Visit Pirineus* (cas 2)

La secció de fullets d'aquesta pàgina web mostra diferències significatives en la disponibilitat de materials segons la llengua. Tot i que la web es dedica a la promoció del Pirineu català, els fullets en castellà són més nombrosos, i això fa que els usuaris que busquen informació en català no tinguin tantes opcions disponibles.

Visit Pirineus té una col·laboració amb *National Geographic*, i això es pot comprovar amb els fullets d'alta qualitat que hi ha disponibles. No obstant això, cap d'aquests materials inclou el català tot i estar destinats a promocionar un territori de parla catalana. D'altra banda, el títol de la pàgina web principal està en anglès, cosa que pot ser per una estratègia d'internacionalització. A l'apartat de fullets en català s'hi pot trobar material en castellà, mentre que això no passa a la inversa. Això provoca poca claredat en l'organització i també confusió per als usuaris. En conjunt, aquesta anàlisi mostra que el català no té la mateixa presència que altres llengües en els fullets de *Visit Pirineus*.²

¹ Paisatges de Catalunya (s. d.). *Excursions d'1 dia per conèixer les tradicions i els pobles de Catalunya i França*.

<https://paisatgesdecatalunya.com/>

² Visit Pirineus (s. d.). *Pirineus de Catalunya*. <https://www.visitpirineus.com/ca>

² National Geographic (2021). *Pirineos de Cataluña. Una guía valle a valle para descubrir todos sus secretos*.

https://viajes.nationalgeographic.com.es/medio/2021/06/22/ebook-pirineos-de-cataluna_3_bbe23939.pdf

4.2. Museus

4.2.1. Museu *White Rabbit* de Barcelona (cas 3)

L'anàlisi d'aquest museu mostra que, tot i estar dedicat a la cultura catalana i tenir l'opció d'escollir l'idioma català a la seva web, les visites guiades en aquesta llengua no estan disponibles. Segons testimonis de persones que hi han anat, les visites s'ofereixen en castellà o anglès, i quan es va sol·licitar si es podia fer en català, la resposta va ser negativa, «que en un museu xinès tampoc parlarien xinès». A més, s'ha observat que part del personal que treballa al museu no parla o no utilitza el català, i en alguns casos, quan se'ls ha demanat que el parlin, la resposta ha estat amb incomoditat o desinterès.

Pel que fa a la informació disponible, la web del museu sí que inclou el català, però en l'atenció al públic i les activitats guiades, la presència de l'idioma és menor en comparació amb altres idiomes. Hi ha una diferència bastant gran en la disponibilitat d'opcions lingüístiques dins del museu.³

4.2.2. *Nightmare Horror Museum* (cas 4)

En aquest museu de Barcelona, el català no hi és present ni a la seva pàgina web ni en l'atenció al públic, segons diverses observacions. A la pàgina web només es poden escollir el castellà, l'anglès i l'alemany, tot i estar ubicat a la capital de Catalunya i ser un lloc obert a tothom.

Pel que fa a la llengua d'atenció al client, no hi ha cap informació que indiqui que el personal atengui els clients en català o que les visites es puguin fer en aquesta llengua. El fet que s'ofereixin altres idiomes, com l'alemany, però no el català, pot indicar una prioritització d'idiomes que no inclou la llengua pròpia del territori. Aquesta situació és diferent del que estableix la normativa actual, que promou l'ús del català en àmbits públics i culturals.⁴

4.3. Restaurants

4.3.1. Restaurant *Chinese Garden* (cas 5)

Segons un usuari de la plataforma X anomenat @tonistrubell (2025), al carrer Aragó de Barcelona hi ha un restaurant que no respecta el català. En concret, és un restaurant xinès anomenat *Chinese Garden*, el qual no utilitza la llengua en cap dels serveis que ofereix. Només cal revisar la pàgina web oficial de l'establiment per comprovar que les dues úniques llengües disponibles són el castellà i l'anglès. La carta del restaurant és accessible en línia, i tampoc ofereix el català. A les xarxes socials no s'ha trobat informació concreta sobre l'ús que fan de la llengua catalana, però l'absència del català en la seva pàgina web i la carta suggereix una manca generalitzada d'integració d'aquesta llengua en els serveis del restaurant. Això ha generat crítiques per part d'alguns clients del restaurant catalanoparlants. Consideren que, en tractar-se d'un establiment ubicat a Catalunya, s'hauria de tenir present als serveis que presten. Aquestes observacions també posen de manifest la necessitat que aquest restaurant reconsideri la seva política lingüística en tots els àmbits.⁵

³ White Rabbit. The Off-Museum of Barcelona (s. d.). *Descobreix la Barcelona de debò*. <https://whiterabbit-theoffmuseum.com/ca/>

³ Aida. [@gatadenit]. (20 de desembre de 2024). *Publicació a X*. https://x.com/Gatadenit/status/1870057652140515385?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1870057652140515385%7Ctwgr%5E6221bc7d46a7907e3d810400abb836848e321b67%7Ctwcon%5Es1&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.racocatala.cat%2Fnoticia%2F66460%2Fmuseu-dedicat-cultura-catalana-no-pot-visitar-catala

³ Racó Català (23 de desembre de 2024). *El museu dedicat a la cultura catalana que no es pot visitar en català*. <https://www.racocatala.cat/noticia/66460/museu-dedicat-cultura-catalana-no-pot-visitar-catala>

⁴ Nightmare Horror Museum (s. d.). *Attraction In Barcelona*. <https://www.nightmare.es/>

4.3.2. Restaurant Masia Can Sunyolet (cas 6)

El Restaurant Masia Can Sunyolet, situat a Martorell, té unes quantes mancances pel que fa al respecte i a l'ús de la llengua catalana en els seus serveis. Tot i tenir un nom català, el restaurant no utilitza la llengua de manera adequada a l'hora de comunicar-se amb els clients, cosa que pot considerar-se una vulneració dels drets lingüístics dels catalanoparlants.

A la pàgina web del restaurant s'observa que ofereix una bona quantitat d'idiomes, però no inclou el català. Això fa que es limiti l'accessibilitat i la inclusió dels clients que parlen la llengua. A més, la carta del restaurant és gairebé tota en castellà i no té cap traducció al català. Cal destacar, però, que també passa a l'inrevés; un altre menú en català i no en castellà. A part d'això, es pot observar una gran quantitat de faltes d'ortografia dins de la web. Per exemple: *horari de reserves de dimecres a diumenge 10:00 a 15:00. nits, divendres i dissabte y 20 a 23*, que inclou paraules i lletres pròpies del castellà, o també, en un dels menús: *crep tebi farçit de escalibada i formatge de cabra*, on s'han escrit incorrectament les paraules 'farcit' i 'escalivada'. Tot això ha generat crítiques per part d'alguns clients i entitats, ja que no es defensen els drets lingüístics. L'Associació Acció pel Català (2023) ha denunciat públicament aquest fet, destacant la inexistència de la pàgina web completament en català. La manca d'integració efectiva d'aquesta llengua en els seus serveis representa una discriminació cap als clients catalanoparlants.⁶

4.3.3. El Fornet (cas 7)

El Fornet és una cadena de fleques amb establiments repartits per Catalunya que no integra completament el català en els seus serveis, ja que la seva presència en els materials digitals i comercials no és del tot uniforme.

Si es visita la pàgina web oficial de la fleca, es pot veure que ofereix el català per navegar-hi, però en alguns apartats aquest idioma apareix barrejat amb el castellà, fet que pot confondre els usuaris i que hi hagi una manca de coherència. Aquesta combinació d'idiomes fa que el contingut no sigui del tot homogeni ni estigui ben estructurat en una única llengua. El Fornet té una forta presència a Catalunya, i tot i que ha fet passos per incorporar el català als seus canals digitals, aquesta barreja d'idiomes indica que necessita una millora.⁷

⁵ Strubell, T. [@tonistrubell]. (3 de febrer de 2025). *Publicació a X*.

<https://x.com/tonistrubell/status/1886299021007827292>

⁵ Chinese Garden (s. d.). *Restaurante de comida Tradicional China*. <https://chinesegarden.es/>

⁶ Masia Can Sunyolet (s. d.). *Pàgina web oficial*. <https://cansunyolet.com/?lang=es>

⁶ Associació Acció pel català. [@acciopelcatala]. (23 de setembre de 2023). *Publicació a X*.

<https://x.com/acciopelcatala/status/1705520609927520519>

⁷ El Fornet (s. d.). *Pàgina web oficial*. <https://elfornet.com/ca/>

4.4. Esdeveniments i parcs d'atraccions

4.4.1. El cas de *PortAventura World* (cas 8)

PortAventura és un parc d'atraccions ubicat a Vila-seca i Salou, considerat com un dels més populars d'Europa i un punt d'atracció turística internacional. Tot i que la seva pàgina web està disponible en català, la presència de la llengua en altres àmbits del parc és limitada.

S'ha observat que, a les xarxes socials (concretament, a la plataforma X) del parc, el català no hi és tan present com el castellà, l'anglès i altres idiomes. Es pot comprovar amb un dels comunicats del parc, i això ha estat assenyalat per alguns usuaris que s'han queixat, demanant una representació més gran del català dins del recinte. Dins, les senyalitzacions i la informació estan disponibles en català, però gran part del personal utilitza altres llengües més parlades. Alguns visitants han manifestat que, en demanar informació en català, no sempre se'ls ha atès en aquest idioma. Fa poc, una usuària va publicar a les xarxes socials una petició perquè PortAventura incorporés el català en la seva comunicació. Aquestes observacions reflecteixen una demanda per part d'alguns visitants de reforçar la presència de la llengua en tot el parc.⁸

4.4.2. *Cirque du Soleil* (cas 9)

Un usuari de la plataforma X s'ha queixat perquè la promoció i senyalització del *Cirque du Soleil* a l'Hospitalet de Llobregat no inclou el català. Segons aquest comentari, tant a l'espai de l'espectacle com a la pàgina web, la informació està disponible en diversos idiomes però no en català. Les imatges adjuntes a la publicació mostren diferents exemples d'aquesta situació, com ara un cartell de begudes alcohòliques escrit en castellà, la senyalització general i les polítiques sobre fotos i vídeos.

El *Cirque du Soleil* és una companyia coneguda arreu del món que atrau un gran nombre d'espectadors. En esdeveniments tan grans, la presència o absència d'una llengua en la promoció i la formació pot influir en l'experiència dels assistents. Incorporar el català en tots els seus serveis podria facilitar l'accés a la informació per a tots els espectadors.⁹

⁸ Guillén, S. (30 d'agost de 2024). *Una clienta deixa les coses clares a PortAventura sobre la llengua: 'Podrieu...?'* XCatalunya. <https://xcatalunya.cat/actualitat/clienta-deixa-coses-claras-portaventura-sobre-llengua-podrieu>

⁸ PortAventura World. [@Portaventura_ES]. (11 de febrer de 2024). *Publicació a X*.

https://x.com/Portaventura_ES/status/1756666722180796806?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Cwterm%5E1756666722180796806%7Ctwgr%5E43551ca1e878f615ef75a32ce1ec0505de40704e%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.racocatala.cat%2Fforums%2Ffil%2F248804%2Fport-aventura-pixa-nostra-llengua

⁹ Ramon, J. [@jaumeramonsole]. (24 de març de 2024). *Publicació a X*.

<https://x.com/jaumeramonsole/status/1771860373680857495>

4.4.3. Ral·li de Catalunya (cas 10)

El *RallyRACC* Catalunya-Costa Daurada és una competició automobilística organitzada pel Reial Automòbil Club de Catalunya (RACC). Tot i la seva vinculació amb Catalunya, l'anàlisi de la seva pàgina web i de les seves xarxes socials mostra que el català no té el mateix nivell de prioritat que el castellà i l'anglès.

La seva pàgina web ofereix versions en català, castellà i anglès. No obstant això, dins de la versió catalana hi ha alguns fragments de texts en castellà, cosa que afecta la coherència lingüística de la pàgina i també els usuaris que vulguin navegar en aquest idioma. La barreja d'idiomes deixa veure que el català no ha estat implementat amb el mateix grau de prioritat i cura que les altres llengües disponibles. Pel que fa al compte oficial del *RallyRACC* a X (2011), es pot comprovar que el català es fa servir en algunes publicacions, però l'anglès i el castellà són majoritaris. Això provoca que estigui en una posició secundària respecte a aquests dos idiomes i reflecteix una orientació cap a un públic internacional i castellanoparlant. Tot i que l'esdeveniment té un caràcter global, el fet que se celebri a Catalunya podria justificar un ús més equilibrat i equitatiu de les tres llengües.¹⁰

4.5. Turisme i hotels

4.5.1. Alannia Resorts (cas 11)

Alannia Resorts és una cadena de complexos turístics amb establiments a Catalunya i al País Valencià. Tot i que la seva pàgina web inclou el català, no tot el contingut està disponible en aquesta llengua. Això afecta els clients catalanoparlants perquè no poden accedir a tota la informació en la seva llengua. A més, en una publicació a les xarxes socials es pot observar una fotografia on es dona la benvinguda a l'hotel, i en aquest cartell no hi apareix el català. És un detall que reforça la idea que, tot i la presència parcial de l'idioma en els serveis digitals de la cadena, no es troba al mateix nivell que el castellà i l'anglès a l'hora de comunicar-se amb els clients.¹¹

4.5.2. Leonardo Boutique Hotel Barcelona (cas 12)

Aquest hotel, situat a la Sagrada Família, ha estat protagonista d'un cas d'agressió lingüística cap a un client catalanoparlant. Segons les informacions publicades, el client va trucar a l'hotel per demanar informació respecte a l'aparcament, i ho va fer en català. La persona que el va atendre li va demanar si podia parlar en anglès, i quan el client va insistir a continuar en català, va respondre que «no ens van donar classes de català a l'Argentina» i el va penjar de manera abrupta. Quan el client va intentar tornar a contactar amb l'hotel, no va rebre resposta.

Pel que fa a la presència digital, a la pàgina web oficial del *Leonardo Boutique Hotel Barcelona* de la Sagrada Família no existeix l'opció de navegar en català. Tot i estar ubicat a Catalunya, l'hotel ofereix la informació en molts idiomes (castellà, anglès, alemany, neerlandès, italià, francès, polonès, rus, hebreu i xinès), però no en català. Aquesta absència reforça la percepció que l'establiment no prioritza ni respecta la llengua pròpia del territori on opera.¹²

¹⁰ RallyRacc (s. d.). 59 Catalunya-Costa Daurada. <https://www.rallyracc.com/2024/ca/>

¹⁰ RallyRacc. [@RallyRacc]. (setembre de 2011). Compte oficial de X. <https://x.com/RallyRACC>

¹¹ Majúscula. [@majuscula]. (17 d'abril de 2022). Publicació a X.

<https://x.com/majuscula/status/1515745914517872642/photo/1>

¹¹ Alannia Resorts. (s. d.). Alannia Resorts, les millors vacances en família. <https://alanniaresorts.com/ca/>

¹² Leonardo Hotels (s. d.). *Leonardo Boutique Hotel Barcelona Sagrada Família*.

https://www.leonardo-hotels.es/barcelona/leonardo-boutique-hotel-barcelona-sagrada-familia?utm_source=GoogleAdwords&utm_medium=CPC&utm_campaign=7Brand_ES&gclid=CjwKCAjwq7fABhB2EiwAwk-YbFxbvzYuznbez31EtY9ak0NxQZKMjNwHXTeGrhyt5JrfYUtq-EoVMxoCgnoQAvD_BwE

¹² Racó Català (7 de novembre de 2024). *Un hotel de Barcelona penja el telèfon a un manacorí per parlar en català: "Mala llet"*.

https://www.racocatala.cat/noticia/66006/hotel-barcelona-penja-telefon-manacori-parlar-catala-malallet?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter&utm_campaign=racocatala

4.5.3. Turisme de Barcelona (cas 13)

Aquesta web, que és l'oficial del Turisme de Barcelona, ofereix continguts en català, però s'hi poden observar diversos errors pel que fa a les expressions i títols: molts estan en anglès, i aquest idioma conviu amb el català. Aquesta barreja pot confondre els usuaris catalanoparlants, que segurament esperen una interfície completament en català. Com a exemple, tenim la secció *Barcelona Top Attractions*, la qual té el títol principal i els noms dels apartats en anglès, tot i que el contingut és en català. Passa el mateix en seccions com *Barcelona Main Events 2025 Enjoy Barcelona* i *Workation Barcelona*, on els encapçalaments o noms de seccions estan en anglès. A part d'això, a la pàgina principal s'utilitzen expressions com *Barcelona Experience* o *Barcelona Convention Bureau*, que no tenen traducció. Fins i tot hi ha seccions de serveis que contenen expressions en anglès com *Newsletter*, integrada dins del text català. Encara que l'ús de paraules i expressions en anglès pot ser degut a estratègies de màrqueting pels visitants internacionals, cal tenir en compte que la presència d'aquests termes dins de la versió catalana pot afectar a la coherència lingüística, a la llegibilitat del text i a la claredat.¹³

4.6. Anàlisi dels fullets de l'Oficina de Turisme de Barcelona

Després de visitar l'Oficina de Turisme de Barcelona, ubicada a Plaça Catalunya, s'ha fet un recull dels fullets turístics que ofereix. Hi ha material molt divers, tant pel que fa al contingut dels fullets com als idiomes emprats. No obstant això, hi ha una gran tendència a prioritzar llengües com l'anglès i el castellà, mentre que el català queda sovint en una posició inferior o directament exclòs. Aquesta anàlisi mostra com, tot i ser una llengua oficial i pròpia del territori, el català no gaudeix d'una presència equitativa en la major part d'aquests fullets.

Fullet	Font/institució	Textos en català	Comentaris/observacions
<i>Gran Gala Flamenco</i>	DES Eventy y Spettacoli Musica&Musica Eventi e Spettacoli srl Pàgina web: https://www.grangalaflamenco.com/	No	El fullet de la <i>Gran Gala Flamenco</i> al Teatre Poliorama, promocionat per Barcelona Turisme, no només no inclou cap resum en català, sinó que directament no s'hi fa servir la llengua en cap moment.
<i>All Gaudí in one place</i>	La Pedrera – Casa Milà Pàgina web: https://www.lapedrera.com/ca	No	Aquest fullet presenta informació mínima, exclusivament en anglès i amb algun fragment en castellà, tot i comptar amb el suport de la UNESCO i la Fundació Catalunya La Pedrera.
<i>Gaudí's first house</i>	Casa Vicens Pàgina web: https://casavicens.org/ca	No	També deixa fora el català: els horaris només s'hi especifiquen en castellà i anglès.

<i>The six best art museums in Barcelona in one pass</i>	ArticketBCN Pàgina web: https://articketbcn.org/ca/	No	El fullet ofereix tota la seva informació únicament en anglès.
Exposició Fernando Botero	Palau Martorell Pàgina web: https://www.palaumartorell.com/fernandobotero	No	En aquest cas, només es troba en anglès i francès.
<i>Locker Barcelona. Left Luggage</i>	Locker Barcelona Pàgina web: https://lockerbarcelona.com/	No	Es repeteix la manca de presència de la llengua en aquest fullet, el qual informa sobre les consignes d'equipatge a la ciutat només en castellà i anglès.
<i>Barcelona Bike Tour</i>	Barcelona Ciclo Tours Pàgina web: https://www.barcelonacicloutour.com/ca/inici	No	Tot i que el recorregut que ofereix aquesta empresa està disponible en català, el fullet només es troba en anglès.
<i>Barcelona Rent a Bike</i>	Barcelona Rent a Bike Pàgina web: https://www.barcelonarentabike.com/en/	No	El fullet tampoc no inclou el català, tot i la seva extensió i el valor informatiu que aporta.
<i>Barcelona Snow Experience</i>	Sagalés – Skibus Pàgina web: https://www.sagales.com/noticia/categoria/13/skibus	No	Destinat a promocionar activitats a la neu, com ara sortides a La Molina o Masella, es troba només en castellà i anglès.
Fullet del MNAC	MNAC Pàgina web: https://www.museunacional.cat/ca	No	Del MNAC hi ha dos fullets dins de l'Oficina de Turisme, un en castellà i un altre en francès, però cap en català, malgrat ser un museu de referència del patrimoni català.
<i>Barcelona guided tours. Visit Montserrat</i>	Julià Travel Pàgina web: https://juliatravel.com/	No	Tant el fullet com la web només estan disponibles en anglès i castellà.
<i>Guitar Legends Hall</i>	Rock Museum – Guitar Legends Hall Pàgina web: https://www.guitarlegendshall.org/ca/	No	Aquesta absència de català es repeteix al fullet del museu del rock, que només es troba en anglès.
<i>Tours from Barcelona.</i>	Catalunya Bus Turístic	No	Un cas bastant contradictori és el d'aquest fullet, el qual és una

One & half-day trips	Pàgina web: https://www.catalunyabusturistic.com/ca		iniciativa de la Generalitat de Catalunya i altres entitats com Barcelona Turisme i TMB, que tampoc inclou el català i es limita a l'anglès i al castellà.
Moco Museum	Moco Museum Pàgina web: https://mocomuseum.com/ca-es/localitzacions/barcelona	No	Hi ha molt poca informació, però és tota en anglès.
Castlexperience Wine Tours	Castlexperience Wine Tours Pàgina web: https://www.castlexperience.com/	No	Al fullet només hi apareix l'anglès i a la web també el castellà, però cap gota de català.
Fullet del Poble Espanyol	Poble Espanyol Pàgina web: https://poble-espanyol.com/ca/activitats/	No	Tot i fer referència a elements culturals com els castellers, el fullet només es troba en anglès, castellà, francès i italià.
Fullet del Museu de Cera	Museu de Cera Barcelona Pàgina web: https://www.museocerabcn.com/ca/	No	Encara que tingui el títol en català, presenta la poca informació que hi ha només en anglès.
Fullet del Bosc de les Fades	Bosc de les Fades Pàgina web: https://www.boscdelesfades.com/ca/	No	Passa el mateix que al cas anterior.
Tots els fullets de Barcelona Turisme	Turisme de Barcelona Pàgina web: https://www.barcelonaturisme.com/wv3/ca/	A mitges	Pel que fa als fullets editats per Barcelona Turisme, n'hi ha deu en total. Tot i que inclouen el català, aquest no és la llengua prioritària. Els títols principals es presenten en anglès i la major part de la informació també. Aquests materials inclouen propostes diverses com la <i>Barcelona Card</i> , el <i>Barcelona Bus Turístic</i> o els <i>Walking Tours</i> , entre d'altres.
Barcelona Bus Turístic	Transports Metropolitans de Barcelona Pàgina web: https://www.barcelonabusturistic.cat/ca	A mitges	Tot i l'extensió d'aquest fullet, que inclou dos mapes del transport públic molt entenedors i informació útil en català, castellà i anglès, aquest

			últim és el protagonista als títols i subtítols principals.
Fullet de la Torre Bellesguard d'Antoni Gaudí	Bellesguard Gaudí Pàgina web: https://bellesguardgaudi.com/ca/	Sí	En aquest cas, el català hi apareix com a llengua principal, acompanyat d'altres idiomes.
City Tour Barcelona	Barcelona City Tour Pàgina web: https://barcelona.city-tour.com/ca/	Sí	Aquest fullet presenta una presència equitativa del català amb el castellà i l'anglès.
White Rabbit: The Off-Museum of Barcelona	White Rabbit Pàgina web: https://whiterabbit-theoffmuseum.com/ca/	Sí	El fullet inclou el català tot i que el museu no el fa servir habitualment (com s'ha explicat en apartats anteriors).
Fullet del Museu Egipci de Barcelona	Fundació Arqueològica Clos Pàgina web: https://www.museuegipci.com/ca/	Sí	Aquest és l'únic que utilitza exclusivament el català.

4.7. Conclusions de l'anàlisi

Aquest estudi posa en evidència la presència desigual del català en el sector turístic. És cert que sovint està disponible, però en molts casos es presenta amb errors, incoherències o en una posició inferior respecte al castellà i a l'anglès. Per als catalanoparlants, això suposa una dificultat a l'hora d'accedir a la informació, i fa la sensació que el català no és tan important. Moltes plataformes digitals, empreses turístiques i establiments no el prioritzen. Per exemple, algunes pàgines web ofereixen una versió en català amb traduccions deficientes o menys visibles, i els fullets i materials impresos en aquesta llengua són escassos o inexistents. En alguns casos, l'atenció al públic es limita al castellà o a l'anglès, fins i tot en espais relacionats amb la cultura catalana. Una conseqüència negativa d'això és que s'abandona progressivament l'ús del català i es relega a un segon pla. A més, moltes d'aquestes entitats, plataformes i establiments no compleixen les normatives lingüístiques que en garanteixen la presència en l'àmbit públic i comercial.

Per canviar això, cal adoptar mesures que assegurin una presència total i de qualitat del català dins del sector turístic. Cal garantir claredat i precisió en els textos, amb traduccions i revisions de personal especialitzat que assegurin textos correctes i ben adaptats culturalment (localització). També és necessari facilitar la comprensió a tots els turistes i utilitzar un llenguatge atractiu que desperti l'interès per la cultura i el patrimoni català. Aquestes accions s'han d'aplicar en diversos formats, tant escrits com digitals i així poder arribar a un públic més ampli. El fet de potenciar l'ús oral del català en les visites guiades i en l'atenció al públic també és fonamental, i per això cal formar el personal i crear continguts multimèdia que reforcin la llengua catalana.

¹³ Turisme de Barcelona (s. d.). *Web Oficial | Cultura, Oci i Transport*.
<https://www.barcelonaturisme.com/wv3/ca/>

5. PROPOSTES DE TRADUCCIÓ I DE MILLORA

En aquest apartat s'han recollit frases i expressions de cada cas analitzat amb la finalitat de traduir-les o refer-les per millorar-ne l'estil, la claredat i l'adequació lingüística. Per a cada fragment seleccionat, es presenta una proposta de traducció o de millora, tot indicant la tècnica de traducció o intervenció aplicada, així com una breu justificació que argumenta les decisions preses. Aquest procés permet analitzar amb detall les estratègies utilitzades i valorar-ne la coherència i eficàcia en el context global del text. El treball també respon al compromís de respectar la llengua i mostrar un ús acurat i digne del català, tot garantint-ne la correcció i la qualitat expressiva.

5.1. Cas 1

Aquesta pàgina web barreja castellà i català, amb una clara presència més destacada del primer idioma. No hi ha una opció específica que permeti escollir una llengua o l'altra, i el català presenta diverses faltes d'ortografia greus. En aquest cas, es milloren les frases més destacables en català perquè no sembli una web 'descuidada'.

Fragment analitzat	Proposta de millora	Breu justificació
<i>Excursions d'1 dia per conèixer les tradicions i els pobles de Catalunya i França</i>	Excursions d'un dia per conèixer les tradicions i els pobles de Catalunya i França	Correcció d'accentuació i forma plena i forma plena per adequació normativa.
<i>Les excursions d'1 dia organitzades per PAISATGES DE CATALUNYA ® tenen 3 llocs d'origen/arribada, totes a Barcelona capital:</i>	Les excursions d'un dia organitzades per PAISATGES DE CATALUNYA ® tenen tres llocs d'origen i arribada, totes a la ciutat de Barcelona:	Traducció al català d'alguna paraula al català, xifres amb lletres i millora de naturalitat.
<i>Telefon d'asitencia exclusiu pel dia de l'excursió:</i>	Telèfon d'assistència exclusiu pel dia de l'excursió:	Correcció ortogràfica i gramatical per adequar-se a la normativa.
<i>Excursions d'1 dia, Caps de Setmana, Escapades, Circuits y Estades i Grans Viatges amb guia acompanyant des de Barcelona.</i>	Excursions d'un dia, caps de setmana, escapades, circuits i estades, i grans viatges amb guia acompanyant des de Barcelona.	Normalització del text i eliminació d'interferències del castellà.

5.2. Cas 2

El problema principal d'aquesta web, tal com s'ha dit a l'anàlisi, és que algunes guies turístiques només estan disponibles en català i són d'una entitat col·laboradora. Així i tot, alguns apartats principals de la pàgina web no s'han traduït correctament al català o necessiten una nova proposta.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Visit Pirineus</i>	Viu els Pirineus	Adaptació	Amb aquesta alternativa s'evita l'ús de l'anglès i es transmet una imatge

			més propera, genuïna i respectuosa amb el català.
<i>Highlights</i>	Punts destacats	Modulació i transposició	Tot i que quan s'entra a la secció de <i>highlights</i> , el títol apareix com a «destacat», aquesta solució proposada també és atractiva i, a part d'evitar l'anglicisme, s'adopta una expressió clara, natural i adaptada al context.
<i>Los imprescindibles del Pirineo. Entorns naturales de gran belleza, recursos patrimoniales de gran riqueza arquitectónica i cultural i paratges ideales per perdre's i retrobar la intimitat perduda.</i>	Els imprescindibles del Pirineu. Entorns naturals de gran bellesa, recursos patrimonials de gran riquesa arquitectònica i cultural, i paratges ideals per perdre's i retrobar la intimitat perduda.	Normalització lingüística i correcció gramatical	A la frase original hi ha una barreja de català i castellà, així que s'ha de traduir correctament.

5.3. Cas 3

A la web d'aquest museu es pot escollir el català per navegar-hi, però hi ha moltes expressions populars que es mantenen en anglès i és convenient adaptar-les al català per respecte a la llengua i als clients que el parlen. A més, alguna frase traduïda conté errors.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>White Rabbit: The Off-Museum of Barcelona</i>	White Rabbit: El museu alternatiu de Barcelona	Préstec i adaptació	S'adapta el concepte a una expressió entenedora i idiomàtica en català, mantenint el to alternatiu.
<i>Don't follow em... if you expect paella on every menu.</i>	No ens segueixis... si esperes paella a cada menú	Traducció literal	Es manté el to original amb una expressió natural en català.
<i>La experiència immersiva per sentir la cultura catalana com mai abans.</i>	L'experiència immersiva per viure la cultura catalana com mai.	-	S'ha d'afegir l'apòstrof i s'ha d'eliminar l'expressió final, que és redundant.
<i>Book yout yickets</i>	<i>Reserva les entrades</i>	Traducció literal	Traducció natural i normativa, d'ús comú en entorns culturals.

			S'ha eliminat el possessiu redundant.
--	--	--	---------------------------------------

5.4. Cas 4

En aquest cas, la web del museu no inclou el català, així que és convenient fer-ne la traducció. Aquí hi ha uns quants exemples de la pàgina principal amb propostes de traducció:

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Nightmare Horror Museum</i>	El Museu del Malson	Reducció i adaptació	Amb aquesta traducció es manté la comprensibilitat i la naturalitat, i s'ha simplificat el títol perquè 'malson' ja transmet la idea de terror.
<i>Te atreverías? O te rendirías?</i>	T'atreviries? O et rendiries?	Traducció literal	No hi ha complicació en aquesta frase, així que es tradueix de manera literal.
<i>NIGHTMARE: EL MUSEO DEL HORROR NO ES UN MUSEO COMO LOS OTROS</i> <i>Decenas de miles de visitantes en todo el mundo no se han atrevido, así que ... ¡Ten cuidado!</i>	EL MUSEU DEL MALSON NO ÉS UN MUSEU COM ELS ALTRES Desenes de milers de visitants d'arreu del món no s'hi han atrevit... així que, ves amb compte!	Adaptació i modulació	Es manté el to impactant evitant calcs i usant formes més genuïnes i naturals del català.
<i>Aquí en Nightmare Museo llevamos el miedo a nuevas alturas, permitiéndote sentirlo como nunca antes. Listo/a para el desafío? ¡Considérate Advertido!</i>	Aquí, al Museu del Malson, portem la por a un altre nivell, perquè la sentis com mai. Preparat o preparada pel repte? T'hem avisat!	Adaptació i modulació	Es prioritza una expressió natural i concisa en català.

5.5. Cas 5

Aquest és el cas d'un restaurant que tant a la seva web com a la carta no inclou el català, només el castellà, l'anglès i el xinès. La proposta és traduir un dels seus menús; concretament, el menú del dia.

Fragment analitzat	Proposta de traducció
<i>Menú del día</i>	Menú del dia
<i>Entrantes</i>	Entrants
<i>Sopa de la casa</i>	Sopa de la casa
<i>Ensalada china</i>	Amanida xinesa

<i>WonTon frito a la Shanghainesa</i>	<i>Wonton</i> fregida l'estil de Shanghai
<i>Roll de verduras temporada</i>	Rotllet de verdures de temporada
<i>Berenjenas crujientes con presa ibérica</i>	Albergínies cruixents amb presa ibèrica
<i>Primeros platos</i>	Primers
<i>Arroz frito de la casa (receta tradicional)</i>	Arròs fregit de la casa (recepta tradicional)
<i>"Chao Mien" Tallarines salteados estilo de la casa</i>	<i>Chow mein</i> : fideus saltats a l'estil de la casa
<i>Palito de Arroz estilo Tailandia</i>	Bastonet d'arròs a l'estil de Tailàndia
<i>Shaomai crujiente relleno de carne y verduras salteadas</i>	<i>Shaomai</i> cruixent farcit de carn i verdures saltades
<i>Jiazhi (raviolis) rellenos de verduras</i>	<i>Jiazhi</i> (raviolis) farcits de verdures
<i>Arroz blanco</i>	Arròs blanc
<i>Segundos platos</i>	Segons
<i>Langostinos primavera</i>	Llagostins primavera
<i>Pato Rostizado</i>	Ànec rostit
<i>Pollo estilo mandarín</i>	Pollastre a l'estil mandarí
<i>Rebanada de cerdo con vegetales y YuXiang tradicional</i>	Làmines de porc amb verdures i salsa <i>Yu Xiang</i> tradicional
<i>Verduras temporada variada estilo "wok"</i>	Verdures de temporada al <i>wok</i>
<i>Tira de pollo caramelizado con salsa agri dulce</i>	Tira de pollastre caramel·litzat amb salsa agredolça
<i>Pollo al curry rojo estilo Malaysian</i>	Pollastre al curri vermell a l'estil de Malàisia
<i>Postre / Bebida</i>	Postres i begudes
<i>Agua, refresco, cerveza, copa de vino</i>	Aigua, refresc, cervesa o copa de vi
<i>2 platos a elegir + postre + bebida</i>	2 plats a escollir + postres + beguda
<i>Entrantes + 1 plato + 2 platos + postre + bebidas</i>	Entrant + 1 plat + 2 plats + postres + beguda
<i>Precio (iva incluido)</i>	Preu amb IVA inclòs
<i>Sin gluten</i>	Sense gluten
<i>Vegetariano</i>	Vegetarià
<i>De lunes a viernes a mediodía (excepto festivos)</i>	De dilluns a divendres al migdia (excepte festius)

Tècniques de traducció i justificació: S'ha fet servir la traducció literal, el préstec amb els plats de nom xinès, la reducció dels títols de cada apartat i també l'adaptació.

5.6. Cas 6

Aquest restaurant, tal com s'ha dit a l'anàlisi, té un nom català, però no el té disponible a la web. Així i tot, a la versió castellana s'hi troben elements barrejats amb el català. A més, hi ha menús que tampoc es troben en català, i un d'ells, que sí que hi és disponible, conté errors d'ortografia.

Pàgina web principal:

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Reservas de dimecres a diumenge</i>	Reserves de dimecres a diumenge	-	S'ajusta la paraula <i>reservas</i> al català normatiu: 'reserves'.

<i>horari de reserves de dimecres a diumenge</i>	Horari de reserves: de dimecres a diumenge	-	Cal corregir un altre cop la forma <i>reservas</i> i afegir puntuació per claredat.
<i>10:00 a 15:00. nits, divendres i dissabte y 20 a 23</i>	De 10:00 a 15:00. Nits, divendres i dissabte, de 20:00 a 23:00	Adaptació i modulació	Es reorganitza i es corregeix la puntuació i la 'y'. També cal adaptar l'hora.

Menú en català que conté errors:

Fragment analitzat	Correcció	Breu justificació
<i>Menú del chef</i>	Menú del xef	En català no existeix el dígraf 'ch'.
<i>Crep tebi farçit de escalibada i formatge de cabra</i>	Crep tèbia farcida d'escalivada i formatge de cabra	S'escriu 'tèbia', 'farcida' i 'd'escalivada'.
<i>rúcala</i>	ruca	En català normatiu, aquesta és la forma correcta.
<i>ou poche</i>	ou escalfat	Aquesta és la solució acceptada.
<i>20 unitat aprox</i>	20 unitats aprox.	Concordança en plural i punt final en l'abreviatura.
<i>Beguda no inclòsa</i>	Beguda no inclosa	La paraula 'inclosa' no porta accent.

5.7. Cas 7

Encara que la web té el català com a idioma disponible, en alguns apartats d'aquesta cadena de fleques no està ben utilitzat.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Begudes y postres</i>	Begudes i postres	-	Cal substituir la conjunció 'y' per la 'i', d'acord amb la normativa.
<i>Cafè & sucs</i>	Cafè i sucs	Adaptació	L'ús del símbol '&' no és propi del català formal, així que és recomanable escriure la conjunció 'i'.
<i>Contigo a cualquier hora del día: regalos, comidas, desayunos, catering, compartir</i>	Amb tu a qualsevol hora del dia: regals, àpats, esmorzars, càterring, per compartir	Traducció literal i modulació	Es fa una traducció natural i funcional al català.
<i>SOMOS LO QUE HACEMOS Somos la profesionalidad de los maestros artesanos de nuestro obrador.</i>	SOM EL QUE FEM Som la professionalitat dels mestres artesans del nostre obrador.	Traducció literal	Es manté el missatge original, però cal traduir-lo.

[...]			
<i>Pack Desayuno Sin Gluten</i>	Pack d'esmorzar sense gluten	Traducció literal	-
<i>Bandeja Bollería Salada</i>	Safata de brioixeria salada	Traducció literal	-

5.8. Cas 8

Aquest parc d'atraccions, en algunes ocasions no ha respectat el català i ha quedat en una posició inferior respecte al castellà. És el cas del comunicat a les xarxes socials que es comenta a l'anàlisi, el qual no incorpora una versió en català.

Traducció al català del comunicat:

Aquest diumenge al matí, a causa d'un episodi de vents forts, s'ha produït un incident fortuït per la caiguda d'un arbre proper a l'atracció *Tomahawk*. Algunes de les branques han impactat els clients que eren a l'atracció. Un cop activats els nostres protocols d'emergència, els nostres equips de primers auxilis han atès immediatament les persones que han resultat afectades, juntament amb el SEM, i posteriorment algunes han estat traslladades a l'hospital per rebre atenció mèdica. Des de *PortAventura World* estem seguint l'evolució del seu estat, amb total disposició per oferir l'assistència necessària en tot moment i amb el màxim suport a les famílies.

Es tracta d'un incident completament aliè a l'operativa i manteniment de les nostres atraccions, les quals compleixen amb els estàndards de seguretat més alts i estan sotmeses a rigoroses revisions diàries.

Oferim la nostra màxima col·laboració a les autoritats i agraïm l'actuació ràpida del nostre equip i dels serveis d'emergència per la seva eficàcia i professionalitat.

5.9. Cas 9

Les imatges de l'anàlisi d'aquest espectacle mostren que tant la senyalització de l'espectacle com els cartells no utilitzen el català, així que és necessari traduir-los.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Bebidas alcoholicas</i>	Begudes alcohòliques	Traducció literal	-
<i>Solamente venta de perritos calientes</i>	Només es venen frànkfurts	Adaptació i transposició	<i>Perritos calientes</i> s'adapta culturalment a 'frànkfurts'; frase simplificada i més natural.
<i>Agua Rellene su botella aquí</i>	Aigua Reompliu la vostra ampolla aquí	Adaptació	Es manté el missatge però adaptat al tractament formal ('vostra') i verb normatiu.
<i>Política de foto y video durante el espectáculo</i>	Política de fotografies i vídeos durant l'espectacle	Adaptació	Semblant al cas anterior, es respecta el

<i>Por la seguridad de nuestros artistas y el confort de nuestros espectadores, agradecemos su colaboración</i>	Per la seguretat dels nostres artistes i la comoditat dels nostres espectadors, us agraïm la vostra col·laboració		contingut original i s'adapta el tractament.
---	---	--	--

5.10. Cas 10

En aquesta web, tot i que la major part del contingut està en català, s'han detectat seccions que encara es troben en castellà o anglès. Això dificulta la comprensió per part dels usuaris catalanoparlants.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Supercampeonato de España de Rallyes</i>	Supercampionat d'Espanya de Ral·lis	Traducció literal i adaptació	Com a prefix, 'super-' s'escriu junt, encara que la paraula resultant no sigui en el diccionari. També s'adapta a l'equivalent en català dins del context.
<i>Info seguridad público</i>	Informació de seguretat per al públic	Amplificació	Es desenvolupa el significat per claredat.
<i>RallyRACC © Todos los derechos reservados</i>	RallyRACC © Tots els drets reservats	Traducció literal	
<i>Notice board</i>	Tauler d'anuncis	Adaptació	S'ajusta al context de comunicats oficials.
<i>Road book</i>	Llibre de ruta	Traducció literal	És un terme tècnic en el món del ral·li.
<i>Media Safety Book</i>	Manual de seguretat per a mitjans	Amplificació	Es fa explícit el sentit del document per garantir la comprensió.
<i>Sponsors</i>	Patrocinadors	Traducció literal	És el terme habitual i correcte en català.

5.11. Cas 11

La web d'aquesta cadena de complexos turístics inclou el català, però amb algunes mancances. A més, tal com s'ha dit anteriorment, no es respecta pel que fa a les senyalitzacions.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Bienvenido a tus vacaciones Welcome to your holidays</i>	Benvingut/da a les teves vacances	Traducció literal	Es manté el to acollidor.
<i>Winter Resort</i>	Ressort d'hivern	Traducció literal	Es tradueix el concepte, però es

			manté el títol original de la cadena.
<i>Spa & Wellness</i>	Balneari i benestar	Traducció literal	-
<i>Vacances Pet friendly</i>	Vacances amb animals de companyia	Modulació i adaptació	Es canvia el punt de vista perquè quedi una traducció natural.

5.12. Cas 12

Aquest hotel ofereix una bona varietat d'idiomes a la seva web, però el català no hi és. Per tant, es proposen alguns exemples que s'haurien de traduir al català.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Servicios y actividades</i>	Serveis i activitats	Traducció literal	Traducció fidel i funcional dels termes generals.
<i>Dining:</i> - <i>Desayuno buffet: 12 € por persona. Lunes – Domingo: 7:30 – 10:30</i> - <i>Grab 'n' go</i> - <i>Salón AdvantageClub</i>	Menjador: - Esmorzar bufet: 12 € per persona. Dilluns – diumenge: 7:30 – 10:30 - Per a emportar - Club d'avantatge	Adaptació, transposició i traducció literal.	<i>Dining</i> i <i>grab 'n' go</i> s'adapten al context català, igual que l'últim terme.
<i>Outdoors:</i> - <i>Terraza en la azotea</i>	Exteriors: - Terrat	Traducció literal i compressió lingüística	S'unifica el significat de 'terrassa al terrat', ja que no queda tan natural.
<i>Service:</i> - <i>Cunas gratis a petición</i> - <i>Servicio de lavandería (recargo)</i> - <i>Caja fuerte en la recepción</i>	Serveis: - Bressols gratuïts a petició - Servei de bugaderia (amb suplement) - Caixa forta a la recepció	Traducció literal	Es manté una traducció fidel.
<i>Pets:</i> - <i>No se permiten mascotas – solo perros guía</i>	Animals de companyia: - No s'admeten animals de companyia – només gossos guia	Adaptació i traducció literal	El terme 'animal de companyia' és preferible abans que 'mascota', així que cal adaptar-lo.
<i>Miscellaneous:</i> - <i>Habitación de Cortesía gratis, según disponibilidad</i>	Altres serveis: - Habitació de cortesia gratuïta segons la disponibilitat	Adaptació i traducció literal	S'ajusta l'ordre dels elements per seguir la sintaxi catalana.

5.13. Cas 13

La web es pot escollir en català, però hi ha diverses expressions i títols en anglès que es podrien adaptar perfectament al català.

Fragment analitzat	Proposta de traducció	Tècnica de traducció	Breu justificació
<i>Barcelona Main Events 2025</i>	Principals esdeveniments a Barcelona 2025	Traducció literal	Es tradueix el concepte principal de forma clara i informativa.
<i>Enjoy Barcelona</i>	Gaudeix de Barcelona	Traducció literal	Es tradueix amb el verb adequat en català.
<i>Workation Barcelona</i>	Feina i vacances a Barcelona	Adaptació i ampliació	La paraula original és una fusió de les paraules ‘treball’ i ‘vacances’. És un terme no estès en català i cal traduir-lo
<i>Barcelona Experience</i>	L'experiència Barcelona	Traducció literal	S'adapta l'expressió a l'ordre i estil del català.
<i>Barcelona Convention Bureau</i>	Palau de congressos de Barcelona	Adaptació	Cal adaptar-ho perquè així és com es coneix en català.
<i>Newsletter</i>	Butlletí informatiu	Ampliació	Es tradueix l'anglicisme per l'equivalent consolidat en català.

6. CONCLUSIONS

Amb aquest treball s'ha pogut comprovar que, malgrat que el català sigui un idioma oficial, encara té una presència insuficient i poc cuidada en molts àmbits del turisme a Catalunya. A través de l'anàlisi feta, s'ha evidenciat una manca generalitzada d'incorrecció lingüística i d'incoherència, a part de l'absència i inferioritat de la llengua respecte a les més parlades.

El marc teòric ha servit per contextualitzar la importància del turisme com a via de projecció cultural i lingüística, a part de subratllar que la traducció i la localització serveixen per protegir i promocionar el català. A més, s'ha remarcat la necessitat de donar visibilitat a les llengües minoritzades per garantir-ne la pervivència.

Pel que fa a les propostes de traducció, l'objectiu principal ha sigut el de corregir errors, traduir, assegurar la coherència dels textos, millorar-ne la naturalitat i fer-los més accessibles i atractius, a més d'assegurar que el català estigui al mateix nivell que la resta de llengües. Gràcies a les diferents tècniques de traducció, s'han aconseguit solucions que deixen veure el català com un idioma útil, modern i apte per a la comunicació turística. Les propostes han demostrat que és possible combinar rigor i atractiu. Si es dona la visibilitat adequada, arribarà a un públic més gran i despertarà l'interès d'aquestes persones.

En conclusió, aquest estudi posa de manifest la necessitat urgent d'una gestió lingüística més curada i responsable en el sector turístic i el paper vital que hi té la traducció. Assegurar la presència global del català no només és una qüestió de drets, sinó que també hauria de significar una experiència turística més respectuosa, autèntica i satisfactòria per a tothom.

7. BIBLIOGRAFIA

- Aguilera, G. (8 de novembre de 2023). *Les bombolles lingüístiques, la discriminació i el turisme acorralen el català a Barcelona*. Tot Barcelona. <https://www.totbarcelona.cat/societat/bombolles-linguistiques-discriminacio-turisme-acorralen-catala-barcelona-434701/>
- Baker, B. i Saldanha, G. (2019). *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. https://ssu.elearning.unipd.it/pluginfile.php/422897/mod_folder/content/0/Routledge_Encyclopedia_of_Translation_Studies_2nd_ed.pdf
- Branchadell, A., & West, L. M. (2005). *Less Translated Languages* (1st ed.). John Benjamins Publishing Company.
- Casanovas, P. (20 de març de 2023). *És el català una llengua minoritària o minoritzada?* ANGLE. <https://www.ub.edu/revistaangle/2023/03/20/es-el-catala-una-llengua-minoritaria-o-minoritzada/>
- Canibe, N. (20 d'agost de 2014). *Anàlisi de l'ús del català en l'àmbit del turisme*. https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/10106/CaniveMadrenasNahia_Treball.pdf?sequence=1&isAllo wed=y
- Diccionari de turisme (s. d.). *Pàgina web oficial*. <https://act.gencat.cat/diccionariturisme/>
- Ferrando, A., e-libro, C., & Nicolás, M. (2011). *Història de la llengua catalana / Antoni Ferrando Francés, Miquel Nicolás Amorós*. (Nova ed. revisada i ampliada.). UOC.
- Direcció General de Política Lingüística (1998). *Llei 1/1998, de 7 de gener (DOGC 2553, del 9, i BOE 36, d'11 de febrer), de política lingüística*. https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/altres/arxius/et_11_ei1_1998.pdf
- Direcció General de Política Lingüística (1998). *Llei 1/1998, de 7 de gener (DOGC 2553, del 9, i BOE 36, d'11 de febrer), de política lingüística*. Articles 15, 32, 33, 34, 35, 36 i disposició transitòria segona. https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/empreses/arxius/e m_11ei1_98.pdf
- Direcció General de Política Lingüística (2006). *Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'autonomia de Catalunya*. https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/altres/arxius/et_e statut2006.pdf
- Direcció General de Política Lingüística (2010). *DECRET 112/2010, de 31 d'agost (DOGC 5709, de 7 de setembre), pel qual s'aprova el Reglament d'espectacles públics i activitats recreatives*. Articles 61.d i 72.2. Annex V, apartats 2.1.1.a i 4.1. https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/empreses/arxius/e m_decret112_2010.pdf

Direcció General de Política Lingüística (2012). DECRET 159/2012, de 20 de novembre (DOGC núm. 6268, de 5 de desembre), d'establiments d'allotjament turístic i d'habitatges d'ús turístic. Art. 12, 20, 65, annex II.

https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/empreses/arxius/em_decret159_2012.pdf

Generalitat de Catalunya (s. d.). *Recull de normativa legal sobre la llengua a Catalunya*.

https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/legislacio_i_drets_linguistics/recull_de_normativa_legal_sobre_la_llengua_a_catalunya/

Generalitat de Catalunya (20 de setembre de 2019). *Orígens i història*.

<https://llengua.gencat.cat/ca/el-catala/origens-i-historia/>

Generalitat de Catalunya (2020). *Informe de política lingüística 2020*.

<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/informepl/arxius/ipl2020.PDF>

Generalitat de Catalunya (19 de febrer de 2025). *Enquesta d'usos lingüístics de la població. EULP 2023*.

https://llengua.gencat.cat/web/.content/temes/dades_estudis/base-de-dades/documents/dadesicontext-eulp2023.pdf

Govern.cat (4 d'octubre de 2021). *La Direcció General de Turisme i el TERMCAT elaboren tres infografies per difondre la terminologia del sector turístic*. <https://govern.cat/salaprensa/notes-prensa/414229/direccio-general-turisme-termcat-elaboren-tres-infografies-difondre-terminologia-del-sector-turistic>

Govern.cat (29 de gener de 2023). *El TERMCAT i Turisme de la Generalitat de Catalunya presenten en línia el Diccionari de turisme*. <https://govern.cat/salaprensa/notes-prensa/477022/termcat-turisme-generalitat-catalunya-presenten-linia-diccionari-turisme>

Guzman, JR. (2005). *La llengua catalana en el marc de les llengües minoritzades europees*. Universitat Jaume I. <https://repositori.uji.es/server/api/core/bitstreams/94b4a41f-5772-43bb-9af8-0e173b9107d4/content>

Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. (13ª ed 2022 ed.) (Lingüística)

Lonardi, S. (8 de desembre de 2020). *Minority languages and tourism: a literatura review*. Taylor & Francis.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2021.2012183?scroll=top&needAccess=true#abstract>

Melià, J. (desembre de 2005). *El turisme i la projecció exterior de la llengua catalana*. *Revista De Llengua I Dret*, (44). <https://revistes.eapc.gencat.cat/index.php/rld/article/view/2481>

Parlament de Catalunya (8 de juny de 2022). *Llei 8/2022, del 9 de juny, sobre l'ús i l'aprenentatge de les llengües oficials en l'ensenyament no universitari*.

<https://www.parlament.cat/getdocie/13005587>

Patronat de Turisme Costa Brava Girona (s. d.). *Cultura i identitat*.

<https://products.costabrava.org/cultura-i-identitat/>

Plataforma per la Llengua (s. d.). *És el català una llengua minoritària? I minoritzada?*

<https://www.plataforma-llengua.cat/campanyes/llengua-minoritaria-o-minoritzada/#:~:text=d'un%20Estat.,El%20catal%C3%A0%20es%20troba%20en%20una%20situaci%C3%B3%20de%20llengua%20minoritzada,cal%20usar%20la%20comunicaci%C3%B3%20verbal%C2%BB.>

Plataforma per la Llengua (s. d.). *La Plataforma per la Llengua Tarragonès i l'Ajuntament de Tarragona editen postals perquè el turistes coneguin el català*.

<https://www.plataforma-llengua.cat/que-fem/noticies/784/la-plataforma-per-la-llengua-tarragones-i-lajuntament-de-tarragona-editen-postals-perque-el-turistes-coneguin-el-catala>

Pritchard, A. i Morgan, N. J. (2001). *Culture, identity and tourism representation: Marketing Cymru or Wales? Tourism Management*, 22(2), 167–179.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517700000479?via%3Dihub>

Pujolar, J. (2006). *Llengua, cultura i turisme. Perspectives a Barcelona i a Catalunya*.

BARCELONA. *Turisme de Barcelona*. <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/8941/1/jpujolar-LCT.pdf>

Secretaria de Política Lingüística (2010). *LLEI 22/2010, de 20 de juliol (DOGC núm. 5677, del 23), del Codi de consum de Catalunya*.

https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/legislacio/recull_de_normativa/empreses/arxius/em_llei22_2010.pdf

TERMCAT (s. d.). *Diccionari de turisme*. <https://www.termcat.cat/ca/diccionaris-en-linia/312>