

Elena Liverani – Jordi Canals  
(eds.)

EL DISCURSO DEL TURISMO.  
ASPECTOS LINGÜÍSTICOS  
Y VARIEDADES TEXTUALES



**TANGRAM**  
**EDIZIONI SCIENTIFICHE**  
TRENTO

Elena Liverani – Jordi Canals (eds.),  
*El discurso del turismo. Aspectos lingüísticos y variedades textuales*  
Copyright © 2011 Tangram Edizioni Scientifiche  
Gruppo Editoriale Tangram Srl – Via Verdi, 9/A – 38122 Trento  
www.edizioni-tangram.it – info@edizioni-tangram.it

Prima edizione: settembre 2011, *Printed in Italy*  
ISBN 978-88-6458-029-6

Comitato scientifico:

Maria Vittoria Calvi (Università di Milano)

Jordi Canals (Università di Trento)

Pilar Capanaga (Università di Bologna)

Elena Carpi (Università di Pisa)

Luisa Chierichetti (Università di Bergamo)


Giovanni Garofalo (Università di Bergamo)

Elena Liverani (Università di Trento)

Carmen Navarro (Università di Verona)

Félix San Vicente (Università di Bologna)

In copertina: *Viaggio in Italia*, Mario Airò, 1996  
Gomnone, tenda, acrilico

Progetto grafico di copertina: 

Il presente volume è stato pubblicato grazie al finanziamento del MIUR 2007 e del Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Filologici dell'Università degli Studi di Trento

Stampa su carta ecologica proveniente da zone in silvicoltura, totalmente priva di cloro.  
Non contiene sbiancanti ottici, è acid free con riserva alcalina

## SUMARIO

11	INTRODUCCIÓN	
	Referencias bibliográficas	15
17	RIFLESSIONI TERMINOGRAFICHE E LESSICOLOGICHE SUL GLOSSARIO “LINGUATURISMO” E LA SUA APPLICAZIONE NELLA DIDATTICA DELLA TRADUZIONE <i>Luisa Zucchini – Università di Bologna</i>	
	1. Introduzione	18
	2. Didattica della traduzione e turismo	18
	3. Didattica della traduzione e risorse terminologiche e lessicografiche	19
	4. Presentazione della sperimentazione	20
	4.1. Le risorse di lavoro	20
	4.2. I testi di lavoro	24
	4.3. I risultati della sperimentazione	26
	5. Conclusioni	32
	Bibliografia	33
	Dizionari	33
	Riferimenti bibliografici	33
35	UN CURRÍCULUM DE ESPAÑOL DEL TURISMO <i>María del Rosario Uribe Mallarino – Università degli Studi di Milano</i>	
	1. Enseñanza de la lengua y la cultura	37
	2. Análisis de las necesidades	38
	3. Proyecto educativo	40
	4. Programación modular	42
	5. Núcleos de programación	43
	6. Un curriculum modular del turismo	44
	6.1. Módulos de base	47
	6.2. Temas del turismo	48
	6.3. Formas de viajar	49
	7. Metodología de referencia	51
	Bibliografía	53
	Apéndice	56
59	EL LÉXICO DE LOS CATÁLOGOS DE VIAJE <i>Giovanna Mapelli – Università degli Studi di Milano</i>	
	1. Definición del catálogo de viaje	61
	2. Metodología para la compilación del corpus	62
	3. Clasificación del léxico	62

4. Análisis morfológico del léxico	69
5. Conclusiones	70
Bibliografía	72
75 EL TURISMO TERMAL EN SUS TEXTOS: LÉXICO Y ARQUITECTURA DEL DISCURSO <i>Carmen Solsona Martínez – Universidad de Zaragoza</i>	
1. Introducción	76
2. La terminología de los textos sobre turismo termal	78
3. Peculiaridades del discurso turístico termal según los géneros discursivos	86
4. Conclusiones	91
Bibliografía	95
97 LAS PÁGINAS WEB DE TURISMO. ¿GÉNERO MÓVIL O MODELO MENTAL? <i>Laura Mariottini – Sapienza Università di Roma</i>	
1. Introducción	98
2. El marco teórico	100
2.1. Estructura y diseño de las páginas web de turismo en el marco de la ciberpragmática	100
2.2. La arquitectura de la Red. El género como modelo mental	101
2.3. Género y cibergénero	103
3. Metodología	105
3.1. Objetivos	105
3.2. Estudio preliminar: detección de los objetos web de las PIT y de las PCT.	106
3.3. Creación de la encuesta	107
3.4. El informe	108
3.5. Suministración y datos de los encuestados	108
4. Resultados de la encuesta y análisis	109
4.1. Selección de los objetos web	109
4.2. Ubicación de los objetos web y movimientos retóricos en las PIT	110
4.3. Ubicación de los objetos web y movimientos retóricos en las PCT	113
5. Comparación de los resultados de la encuesta con estudios y aplicaciones anteriores	114
5.1. Comparación con “Eyetrack III”	114
5.2. Comparación con trabajos de usabilidad	115
5.3. Comparación con trabajos que exploran la arquitectura de tipologías diferentes de páginas web	117
6. Modelo de análisis	118
7. Consideraciones finales	119
Bibliografía	121

127	EL LENGUAJE DEL TURISMO EN LA WEB 2.0 <i>Milin Bonomi – Università di Milano</i>	
	1. El turismo en la web 2.0	129
	2. Los foros: análisis	131
	3. Los blogs de turismo	136
	3.1. Los blogs de profesionales	136
	3.2. Los travelogues	139
	4. Italia y España en la percepción de los viajeros: un análisis contrastivo	142
	Conclusiones	145
	Bibliografía	147
149	ANALISI DEL LESSICO DEL TURISMO (ITALIANO/ SPAGNOLO) IN DUE GUIDE DEL CAMMINO DI SANTIAGO <i>Gloria Bazzocchi e Pilar Capanaga – Università di Bologna</i>	
	Introduzione	150
	1. Analisi delle guide	152
	1.1. Informazioni pratiche	152
	1.2. Descrizione delle città e dei monumenti	156
	2. Il lessico specifico del Cammino di Santiago	157
	3. Turismo, turista, turistico	158
	4. Conclusioni	160
	Bibliografía	161
163	DEÍXIS Y PROCEDIMIENTOS DE MODALIZACIÓN EN REPORTAJES DE VIAJE <i>Alida Ares Ares – Università di Trento</i>	
	1. Análisis del corpus	169
	2. Conclusiones	193
	Bibliografía	197
199	LO STEREOTIPO ITALIANO NEI REPORTAGE DELLA RIVISTA <i>VIAJAR</i> <i>Jordi Canals e Elena Liverani – Università di Trento</i>	
	Introduzione	200
	1. Lo stereotipo e il giornalismo di viaggio	202
	1.1. L'Italia e gli italiani nella prima epoca della rivista "Viajar" (1978-1983)	202
	1.2. Il contesto storico e sociale	203
	1.3. L'italiano nel suo contesto	205
	1.4. Anacronismi e tipologie egemoniche	205
	1.5. Lo stereotipo del turista	207
	2. L'ultima epoca di "Viajar" (1996-2009)	208
	3. Conclusioni	213
	Bibliografía	215

219	PROMUOVERE IL TURISMO IN TRADUZIONE: DÉPLIANTS E ANNUNCI SPAGNOLI E ITALIANI A CONFRONTO <i>Renata Londero – Università di Udine</i>	
	1. Introduzione	220
	2. Miniguide e dépliants	222
	3. Annunci pubblicitari	226
	Bibliografia	234

EL DISCURSO DEL TURISMO.  
ASPECTOS LINGÜÍSTICOS  
Y VARIEDADES TEXTUALES





## INTRODUCCIÓN

El presente volumen se agrega al conjunto de trabajos que, en el curso de los últimos tres años, han venido publicando los componentes del grupo de investigación *Linguaturismo* (<http://www.linguaturismo.it>). Teniendo por marco el Proyecto de Relevante Interés Nacional (PRIN: Prot. 2007 ASKN-ML), que lleva por título «El lenguaje de la comunicación turística español-italiano. Aspectos léxicos, pragmáticos e interculturales», sus miembros, que pertenecen a un consorcio de Universidades y cuyas tareas de investigación han estado bajo la coordinación de Maria Vittoria Calvi, han proyectado un modelo con fundamento teórico que facilita el análisis de los textos del turismo adscribiéndolos a una taxonomía de los géneros textuales de mayor relevancia que se hallan presentes en el interior de la comunicación de los distintos sectores del mundo del turismo. Tomando como referencia los criterios utilizados por el grupo GENTT, se ha elaborado una clasificación que prevé la subdivisión en familias de géneros, macrogéneros, géneros y subgéneros – vid. Calvi (2010) – a la que remiten asimismo los autores de los trabajos incluidos en este volumen. Dicha investigación ha hecho posible la catalogación de manera homogénea de un corpus de textos en español e italiano en el que se recogen muestras representativas de los géneros propios de la comunicación turística, tanto por lo que se refiere al ámbito administrativo y de gestión, como a la vertiente más descriptiva y promocional. A partir de dicho corpus se ha compilado un glosario bilingüe de términos clave, lo que constituye un instrumento novedoso de gran utilidad al que podrán recurrir traductores, estudiantes y especialistas que operen en este sector.

Uno de los objetivos prioritarios del citado proyecto ha sido el de profundizar en las variedades textuales inherentes al discurso del turismo. Es este un discurso articulado y complejo que a menudo se resiste a un convencionalismo rígido dada su naturaleza híbrida, la marcada tendencia a la heterogeneidad y el hecho de que se nutre intensamente de la fusión de géneros. Son todas ellas circunstancias que resaltan en mayor medida al aproximarnos a las formas típicas de la comunicación que tiene por vehículo la red, tal como se advertirá en algunos de los trabajos de la presente obra.

Ciñéndonos a un criterio cronológico, un primer examen a dos de los géneros más característicos del segundo de los ámbitos mencionados –el reportaje de viajero y la guía– se llevó a cabo a lo largo del congreso «Viajar con la palabra – Viaggiare con la parola», que tuvo lugar en la Universidad de Trento el 23-24 de abril de 2009 (Canals y Liverani [2010]). Un segundo momento de reflexión lo propició el congreso «Il turismo enogastronomico in Italia e in Spagna: linguaggi e territori da esplorare» (Bazzocchi y Capanaga [2011]), que se celebró entre el 2-5 de diciembre de aquel mismo año en Bertinoro y que facilitó un ulterior análisis de algunos géneros, prestando una atención particular a las problemáticas vinculadas a la traducción. Asimismo, en el transcurso del XVII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas (Roma: 19-24 de julio de 2010), y en la que una de las sesiones se centró en los estudios sobre el lenguaje del turismo, participaron numerosos miembros adscritos al grupo de investigación PRIN y que allí presentaron resultados que derivaban de ulteriores análisis en torno a los textos que componen el corpus. Cabe mencionar, por último, el congreso celebrado en Milán el 10-12 de noviembre de 2011 y que ha servido de corolario al proyecto: «Confini mobili. Lingua e cultura nel discorso del turismo» (Calvi y Mapelli [2011]). Este ha constituido un avance en el análisis del discurso del turismo: si por una parte la perspectiva disciplinaria ligada al concepto de género había propiciado investigaciones que no se agotaban en el plano lingüístico, sino que hacían propias las sugerencias de ámbitos de estudio como el análisis del discurso, la pragmática y la retórica contrastiva, la contribución de estudiosos de aquellas disciplinas que por tradición han marcado el estudio del fenómeno del turismo –la sociología, la antropología, la economía, por citar tan solo algunas– ha retroalimentado de nuevo una reflexión sobre la necesidad de estudiar el fenómeno de la comunicación turística con una visión de conjunto.

Los estudiosos que han contribuido a la elaboración de este volumen, que aspira a ser una aportación al análisis del discurso del turismo, parten de los resultados de investigaciones precedentes que, como se ha dicho, abarcan una multiplicidad de ámbitos. Se aproximan ahora a aspectos textuales o géneros que, con anterioridad, no habían sido abordados con el suficiente detalle.

El volumen da inicio con el trabajo titulado «Riflessioni terminografiche elessicologiche sul glossario *Linguaturismo* e la sua applicazione nella didattica della traduzione» (pp. 17-34) en el que Luisa Zucchini, a partir de una experiencia de traducción de textos del turismo llevada a cabo en el aula, se centra en algunos aspectos metodológicos que le sirven de reflexión sobre el empleo de recursos lexicográficos y terminológicos y sobre las aplicaciones

posibles del glosario elaborado por el grupo de investigación. Es un enfoque que privilegia la finalidad didáctica, con la que entronca también el estudio de María del Rosario Uribe («Un currículum de español del turismo» [pp. 35-58]), quien proyecta al ámbito de enseñanza las indicaciones del Marco Común Europeo de Referencia para la construcción de un currículo específico destinado a la formación de discentes que tendrán que desempeñar su actividad en el sector turístico.

En «El léxico de los catálogos de viaje» (pp. 59-73), Giovanna Mape-lli toma en cuenta para su análisis el catálogo de viajes, que constituye una de las variedades textuales más difundidas, por más que apenas haya sido objeto hasta la fecha de investigaciones exhaustivas. Tras una oportuna introducción teórica, que justifica su inclusión en la categoría del “macrogénero”, Mapelli considera un total de quince catálogos que, tras interrogar con instrumentos informáticos, le permiten acometer el análisis de algunos de los términos recurrentes con la finalidad de ofrecer una clasificación. La aportación de Carmen Solsona Martínez («El turismo termal en sus textos: léxico y arquitectura del discurso» [pp. 75-96]) se centra también en el plano del léxico. En dicho estudio se afronta una tipología específica de turismo, como es el termal, para lo que se lleva a cabo un examen de textos divulgativos y promocionales que le permite identificar sus peculiaridades léxicas, discursivas y pragmáticas.

Dos de los trabajos tienen por objeto de estudio variedades textuales que, al estar vinculadas a internet, están sujetas a constante transformación. Es, de hecho, la red un medio de difusión permeable y sensible a las innovaciones tecnológicas, abierto a una pluralidad de voces y que hace posible que también los turistas, es decir los consumidores tradicionales de tal tipo de materiales, puedan revestir el papel de autor. Laura Mariottini, en «Las páginas web de turismo. ¿Género móvil o modelo mental?» (pp. 97-126), reconstruye con precisión el modelo teórico al que se adscribe el “género” y el “cibergénero”. La elaboración de los datos que se desprenden de encuestas le permite demostrar que, además de representar modelos mentales sensibles a las expectativas de los navegantes, resulta posible identificar algunas características recurrentes que sirven de sustento a la hipótesis de la existencia de una especie de arquetipo susceptible de codificación, también por lo que se refiere a las páginas web del turismo. Por su parte, Milin Bonomi («El lenguaje del turismo en la web 2.0» [pp. 127-148]) lleva a cabo un análisis de tipo contrastivo en torno al blog y al foro, que son dos de las variedades textuales que, con mayor intensidad que otras, se han beneficiado de la movilidad propia de la web 2.0. Al profundizar en sus rasgos discursivos, Bonomi

consigue demostrar que gracias a la red se han impuesto nuevas modalidades de comunicación también en aquellos géneros más tradicionales, al tiempo que observa que la contribución de las mencionadas variedades textuales está siendo fundamental en lo que toca a la reflexión sobre la estereotipización de la alteridad.

El género de la guía de viajes está en la mira de las reflexiones de Gloria Baz-zocchi y Pilar Capanaga («Analisi del lessico del turismo (italiano/spagnolo) in due guide del Cammino di Santiago» [pp. 149-160]), quienes en esta ocasión prosiguen su línea de investigación en torno a los textos descriptivos referentes al Camino de Santiago, filón temático al que se han aproximado ya en precedentes trabajos. Aquí su interés se centra de manera prevalente en el análisis del léxico recurrente en los textos prescriptivos que acompañan al peregrino compostelano, llevando a cabo un estudio contrastivo que tiene en cuenta dos guías de gran difusión escritas respectivamente en italiano y en español.

Una vez más Álida Ares («Déixis y procedimientos de modalización en reportajes de viaje» [pp. 163-198]), así como Jordi Canals y Elena Liverani («Lo stereotipo italiano nei reportage della rivista Viajar» [pp. 199-217]), se acercan al reportaje de viajero, aunque con una perspectiva distinta a la adoptada en publicaciones precedentes. En su trabajo, Álida Ares examina la relación que se establece entre el autor y el destinatario mediante el análisis de la déixis y de la modalización discursiva, desentrañando de ese modo algunas de las particularidades lingüísticas y semióticas del reportaje, género híbrido que está intensamente influenciado por la literatura de viajes. Para ello parte de los textos en lengua española que se hallan contenidos en el corpus de *Linguaturismo* y que describen metas turísticas italianas. Por su parte, Jordi Canals y Elena Liverani se acercan al estudio de los mecanismos de estereotipización. Como es sabido, tales procedimientos, a los que frecuentemente recurren los géneros promocionales, contribuyen a la construcción de la identidad de los lugares. Con la finalidad de calibrar su incidencia y el margen de cambio en la percepción de la alteridad, se han estudiado los reportajes de la revista *Viajar* referentes a destinos turísticos italianos desde 1978, año en el que nació dicha publicación mensual, hasta nuestros días.

En «Promuovere il turismo in traduzione: dépliant e annunci spagnoli e italiani a confronto» (pp. 219-235) Renata Londero afronta en clave traductológica y contrastiva el estudio de textos eminentemente persuasivos como son los de la promoción turística institucional, que presentan rasgos de gran singularidad frente a sus homólogos comerciales. El análisis, que se

lleva a cabo a diversos niveles del discurso, está por lo demás sustentado por un sugestivo conjunto de ejemplos que pone al descubierto una vez más como el cuidado en fase de redacción de dichos textos no siempre se empareja a la misma seriedad profesional en fase de traducción.

## Referencias bibliográficas

- Bazzocchi, Gloria y Pilar Capanaga [eds. ] (2011) *Turismo ed enogastronomia tra Italia e Spagna. Linguaggi e territori da esplorare*, Milano, FrancoAngeli.
- Calvi, Maria Vittoria (2010), «Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación», *Ibérica*, 19, pp. 9-32. Accesible en: <http://www.aelfe.org/?s=revista&veure=19> [Fecha de consulta: 17 de julio de 2011].
- Calvi, María Vittoria y Giovanna Mapelli [eds. ] [2011], *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología*, Bern, Peter Lang.
- Canals, Jordi y Elena Liverani [eds. ] (2010), *Viaggiare con la parola*, Milano, FrancoAngeli.



RIFLESSIONI TERMINOGRAFICHE E LESSICOLOGICHE  
SUL GLOSSARIO “LINGUATURISMO” E LA SUA APPLICAZIONE  
NELLA DIDATTICA DELLA TRADUZIONE

Luisa Zucchini – Università di Bologna

RESUMEN: En este trabajo se presenta una experimentación didáctica en el ámbito de la enseñanza de la traducción general del español al italiano en el tercer curso de la Escuela de lenguas modernas para intérpretes y traductores (SSLMIT) de la Universidad de Bolonia, con sede en Forlì, llevada a cabo durante el primer semestre del a. a. 2010/2011. El objetivo de la experimentación es observar, analizar y evaluar la aplicación del glosario bilingüe *Linguaturismo*, elaborado en el ámbito del Programa de investigación de interés nacional (PRIN 2007, prot. 2007ASKNML), de manera contrastiva con respecto a los recursos lexicográficos actualmente disponibles en el ámbito de la traducción de textos turísticos. Las reflexiones que se presentan en este trabajo se enfocan desde la perspectiva de la didáctica de la traducción general.

PALABRAS CLAVE: didáctica de la traducción general, textos turísticos, recursos lexicográficos, recursos terminológicos, glosario *Linguaturismo*.

RIASSUNTO: In questo lavoro si presenta una sperimentazione didattica nell'ambito dell'insegnamento della traduzione dallo spagnolo in italiano al terzo anno del corso di laurea triennale in Mediazione Linguistica Interculturale presso la SSLMIT, Università degli Studi di Bologna, sede di Forlì, realizzata durante il primo semestre dell'A. A. 2010/2011. Scopo della sperimentazione è osservare, analizzare e valutare l'applicazione del glossario bilingue *Linguaturismo*, elaborato nell'ambito del Programma di ricerca di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN 2007, prot. 2007ASKNML), contrastivamente rispetto alle risorse lessicografiche attualmente disponibili nell'ambito della traduzione di testi per il turismo. Le osservazioni qui presentate sono elaborate dal punto di vista della didattica della traduzione generale.

PAROLE CHIAVE: didattica della traduzione generale, testi turistici, risorse lessicografiche, risorse terminologiche, glossario *Linguaturismo*.