

# Desarrollo de un glosario bilingüe sobre un corpus virtual de ofertas alojativas

## [Building a virtual corpus-based bilingual accommodation glossary]

KARINA SOCORRO TRUJILLO Y RAMSÉS NARCISO CABRERA OLIVARES  
*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)*  
ksocorro@dfm.ulpgc.es

### Resumen

Enmarcados en un contexto en el que la formación universitaria está vinculada al mundo profesional (EEES) y donde el aprendizaje se establece por competencias (uso de las TIC, autogestión de la información, resolución de problemas, etc.), desarrollamos en el aula un glosario inglés-español y español-inglés sobre ofertas alojativas. Para ello, en una primera fase, el alumno selecciona su propio texto, en el que señala los marcadores textuales prototípicos, elabora un glosario individual y lo traduce. Así, a partir de un amplio corpus turístico, los estudiantes generan su propio material de aprendizaje individualmente, optimizan el uso de los textos paralelos, crean una base de datos de fuentes de consulta y de términos con definiciones, profundizan en este ámbito de especialidad y, por supuesto, traducen. En una segunda fase, el alumno interactúa con sus compañeros construyendo y revisando un glosario grupal que se convertirá en un recurso virtual útil para la traducción turística directa e inversa.

### Abstract

This work is framed within a context where higher education is deeply related to professional performance (EHEA) and where learning has adopted a competence-based approach, where the use of ICT, managing information, problem solving, and so on is highlighted. So, an English-Spanish and Spanish-English corpus-based tourist accommodation glossary has been developed. Firstly, students choose their original texts on line individually, analyze the textual conventions of this particular text type, develop an individual glossary and translate. By building a comprehensive text corpus, students autonomously generate their own learning resources, learn to effectively use parallel texts and produce an information source and terminology data base. Afterwards, students interact with their classmates by reviewing their glossaries and unifying them into a single data base. As a result, they generate and share a useful digital tool for tourist translation in both directions.

### Palabras clave

Aprendizaje, corpus, glosario, ofertas alojativas, traducción

### Keywords

Learning, corpus, glossary, accommodation, translation



Esta obra se publica con una licencia Creative Commons **Reconocimiento – NoComercial – SinObraDerivada (by-nc-nd)**: No se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

## 1. Introducción

El turismo supone una fuente de riqueza para la economía de cualquier país en este mundo cada vez más globalizado, en especial, para España, donde es el pilar de la economía, y, en particular, para Canarias, donde se lleva a cabo esta experiencia didáctica, y cuya economía está basada en este sector terciario (74,6 %). En las décadas más recientes se ha experimentado un incremento de la investigación enfocada a la traducción turística como la de Nobs (2006), Calvi (2010, 2012), Kelly (1997), Bugnot (2009), Fuentes Luque (2005), Durán (2011), y Cómitre y Valverde (2014). La indudable importancia de este tipo de traducción para el sector ha favorecido su presencia como materia en los nuevos *Grados en Traducción e Interpretación*, que se han implantado desde el año 2009 en adelante.

Con el objetivo de conseguir formar a traductores que en el futuro ejerzan su profesión eficazmente, creemos que el diseño curricular de la materia de traducción turística debe ir enfocado a desarrollar las competencias y habilidades en el estudiante que le capaciten para producir textos meta de calidad, algo que hoy en día lamentablemente no siempre se cumple debido a la falta de reconocimiento de la figura del traductor, en ocasiones, por parte del sector. Este hecho no solo se aplica a la producción de textos traducidos, sino incluso de originales, como hemos podido constatar la vista de los textos originales trabajados a lo largo de esta experiencia didáctica.

De acuerdo con la norma UNE EN-15038, las competencias que ha de desarrollar el traductor de textos turísticos son las siguientes: traductológica; lingüístico-textual (términos de otras disciplinas, turísticos y culturemas); heurístico-documental; cultural (intercultural); y técnica. En sintonía con esta normativa, así como con el diseño curricular por competencias, objetivos y tareas que se recogen en el Libro Blanco de los Grados en Traducción e Interpretación, con la tarea que aquí presentamos se pretende desarrollar en el aprendiz de traductor algunas de las competencias propias del profesional recogidas en tal publicación: dominio de técnicas y terminología de la traducción especializada; manejo de herramientas informáticas; destreza para la búsqueda de información/documentación; conocimiento de los aspectos económicos y profesionales; y capacidad de trabajo en equipo. El desarrollo de estas competencias queda englobado en un proceso integrador de aprendizaje constante. Como apunta Rubio Royo (2013), el docente debe enfocar el aprendizaje hacia una formación integral en donde prevalezca el proceso de adaptación personal, social y auto-gestionado por medio del aprendizaje permanente.

Por tanto, el presente trabajo consiste en la creación de un glosario bilingüe inglés-español y español-inglés elaborado a partir de un corpus textual turístico. El glosario consta de cuatro campos: uno para términos en la lengua origen; otro

para términos en la lengua meta; un tercero para definiciones en caso de que resultaran oportunas; y un cuarto para fuentes de documentación consultadas, entre las que se incluyen diccionarios monolingües, bilingües y multilingües impresos y en línea, textos paralelos en inglés, y textos de apoyo en español. Este glosario, con una extensión de 1443 entradas inglés-español y 1341 entradas español-inglés, también constituye un recurso documental para la traducción de textos turísticos, de manera que se trabaja la competencia documental como parte esencial del proceso de adquisición de la competencia traductora. Salvo que se indique lo contrario en el propio glosario, todas las fuentes se consultaron durante el segundo semestre del año académico 2012-2013.

El glosario, en un principio, lo elaboraron 50 alumnos de tercero de *Grado en Traducción e Interpretación Inglés-Alemán* y de *Doble Grado en Traducción e Interpretación Inglés-Alemán Inglés-Francés*, de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, para la asignatura *Traducción Turístico-Comercial B Inglés*, incluida dentro del plan de 2009 de la titulación e impartida durante el segundo semestre del año académico 2012-2013. Sin embargo, se ha conseguido mejorar y ampliar este glosario gracias a las aportaciones de los alumnos del curso académico 2013-2014 de la misma titulación y asignatura. Entre los objetivos de la materia, se contempla enseñar al alumnado las peculiaridades de los tipos textuales turístico y comercial, así como las estrategias más apropiadas para afrontar sus traducciones de forma eficaz, con una adecuación al entorno socioeconómico canario. En concreto, las competencias que se especifican en la guía básica de la asignatura (2009) son las siguientes: reconocer las convenciones culturales y lingüísticas, tanto en inglés como en español, de los textos turísticos y comerciales más demandados socialmente; aplicar estrategias traslativas coherentes según el encargo y el tipo de texto turístico-comercial; manejar las herramientas terminológicas y documentales más adecuadas para la traducción turístico-comercial; y emplear los recursos multimedia para la práctica de la traducción.

## 2. Marco teórico

El género turístico comprende un rango de textos muy heterogéneos. En este sentido, Calvi (2010: 9-32) afirma que «la gran variabilidad y la tendencia a la hibridación [de los tipos turísticos] complican todo intento de clasificación». También argumenta con estas palabras:

Además, la creciente demanda de información por parte de los turistas y el impacto de la comunicación a través de Internet, hoy en día rompe las convenciones y propicia la aparición de los nuevos géneros textuales electrónicos que favorecen la hibridación genérica y el desarrollo de géneros fronterizos (Calvi 2010: 9-32).



Gross (1998: 3), en Martínez (2005: 125), continúa argumentando al intentar definir el texto turístico: «Su denominador común es el destinatario, o sea, el turista o viajero al que se ofrece información [...] con la intención latente o manifiesta de invitar a visitar [el destino ofertado]».

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (Singh 2010: 94), existen cuatro sectores principales dentro de la industria del turismo:

- The attraction sector: recreation and entertainment, provisions of indoor and outdoor recreation and entertainment facilities—natural and cultural attractions, theme parks, museums, national parks, wildlife parks, gardens, heritage sites, entertainment, events, etc.
- The accommodation sector: hotels, motels, bed and breakfast, guest house, apartments, villas and flats, condominium timeshares, campsites, touring caravans, holiday villages, marinas, etc.
- The transport sector: airlines, railways, bus and coach operators, car rental operators, shipping lines, etc.
- The travel organizer sector or the travel and trade organs: tour operators, travel agents, incentive travel organizers, etc.
- The destination organization sector: national tourist offices, regional tourist offices, local tourist offices, tourism associations, etc.<sup>1</sup>

Nos hemos decantado por el sector alojativo porque la traducción de estos tipos textuales representa una demanda de traducción real en la sociedad de hoy. En efecto, conviene anunciarse en Internet, ya que se trata de un medio que alcanza a cualquier persona situada en cualquier parte del mundo. Además, en este sector, los encargos de traducción más frecuentes son las versiones bilingües o multilingües del mismo producto, en este caso, de ofertas alojativas.

Definimos «alojamiento» como «toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) ofrece plazas para que el turista pueda pasar la noche». La Decisión 2009/578/CE de la Comisión Europea nos ayuda a ampliar esta cuestión cuando afirma lo siguiente acerca de la categoría de productos de servicios de alojamiento turístico:

[...] consiste en la oferta a turistas, viajeros e inquilinos de alojamiento en habitaciones debidamente equipadas dotadas al menos de una cama, a cambio del pago de una cantidad. La oferta de alojamiento podrá incluir servicios de restauración, de bienestar físico (*fitness*) y recreativos, así como el uso de zonas verdes.

Zabala et al. (2008: 1) defienden la necesidad de estructurar claramente las distintas clases de alojamiento turístico. Por regla general, estos establecimientos suelen clasificarse en «hoteleros» y «extrahoteleros». Así lo recoge, por ejemplo, el Boletín Oficial de Canarias (BOC, N° 002, 5 de enero de 2010), que, además, coincide con Zabala et al. (2008: 1). Mientras que la primera categoría

engloba hoteles, hoteles-apartamento, hostales y pensiones, la segunda comprende apartamentos turísticos, alojamientos turísticos al aire libre, albergues turísticos, viviendas de turismo rural y otros que se determinen reglamentariamente. Clasificaciones similares podemos encontrar, por ejemplo, en la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía (artículo 40) y en la Ley 6/2003, de 27 de febrero, del Turismo de Aragón (Vigente hasta el 12 de Abril de 2013).

La Comisión Europea también ha generado su propio sistema para distinguir los varios tipos de alojamientos turísticos. De acuerdo con la Decisión 1999/34/CE, se nombran las siguientes categorías:

- Establecimientos de alojamiento colectivo.
  - Hoteles y establecimientos similares.
  - Otros establecimientos de alojamiento colectivo: viviendas de vacaciones, camping turísticos (solo para *bungalows*), puertos deportivos, y otros establecimientos de alojamiento colectivo no comprendidos en otras partes.
  - Establecimientos especializados: establecimientos de cura, campamentos de trabajo y de vacaciones, alojamiento en los medios de transporte, centros de conferencias.
- Alojamiento turístico privado.
  - Tipos de alojamiento: habitaciones alquiladas en casas particulares, habitaciones alquiladas a particulares o a agencias profesionales.
  - Otros tipos de alojamiento privado: residencia secundaria, alojamientos proporcionados gratuitamente por parientes o amigos, otros alojamientos particulares no comprendidos en otras partes.

A la vista de estas clasificaciones, podemos detectar que ninguna recoge todos los establecimientos alojativos existentes, sino los prototípicos. Alrededor de todo el mundo se puede hallar una amplia gama de locales propios de la cultura en que han surgido y del tipo de turismo por el que opte el usuario. Por ejemplo, en Reino Unido son muy conocidos los *B&B*, alojamientos en régimen de cama y desayuno; así como lo son en Japón los *ryokan*, establecimientos que suelen ofrecer tatami y baños termales. En España, resultan destacables los cortijos, fincas rústicas propias de las zonas meridionales de la Península; y los monasterios, residencias de una comunidad religiosa compuesta, sobre todo, por monjes cristianos que viven alejados de la sociedad de acuerdo con sus votos religiosos. Entre otros alojamientos interesantes, contamos con los *restaurants withrooms* o «restaurantes con habitaciones», los *megaresorts*, estaciones turísticas que integran hotel, casino, entretenimiento y compras en un lugar temático; o los hoteles *boutique*, de reciente aparición, construidos con menos de 200 habita-



ciones, con servicio personalizado y diseño sofisticado. Por esta diversidad, que está en función del destino y tipo de turismo —rural, de salud, gastronómico, cultural, académico, deportivo, de negocios, religioso, etc.—, supone una tarea ardua el agrupar todas esas ofertas en una sola clasificación. Asimismo, para la tarea que nos ocupa, consideramos que lo importante es integrar todos los términos asociados al sector alojativo y no tanto las clasificaciones, que sí pueden ayudarnos a conocer mejor el ámbito de especialidad con el que trabajamos.

### 3. Metodología

Nuestra tarea contempla los componentes del diseño curricular de una clase comunicativa según Nunan (Borja y Hurtado Albir 1999: 48), a saber: objetivos, dinámica, materiales, actividades, y papel del profesor y del estudiante en la tarea diseñada. Como veremos, se abordan muchos de los objetivos formativos y competencias de la nueva concepción de formación universitaria vinculada al mundo profesional.

Dentro de los objetivos formativos principales, contemplamos el desarrollo de la competencia traductora inglés-español y español-inglés, aplicada a textos turísticos y, en concreto, a ofertas alojativas. Esta se complementa con las competencias profesionales empleadas en el uso de diccionarios generales y especializados, la creación de glosarios de términos con y sin definiciones; la recopilación de fuentes de documentación como paso previo a la traducción y, en caso necesario, la acuñación de términos nuevos. Asimismo, el estudiante discrimina entre trabajos lexicográficos según su utilidad para la traducción, aprende a optimizar el uso de textos paralelos y traduce en sentido inverso, de acuerdo con la creciente demanda de esta modalidad de traducción en el mercado laboral actual.

La dinámica con la que se desarrollaron competencias transversales e interpersonales favoreció el uso de recursos informáticos, así como las actividades individuales y autónomas. En primer lugar, los estudiantes seleccionaron sendos textos turísticos, propuestas alojativas *on-line* en español de establecimientos turísticos de todo tipo: hoteles, casas rurales, apartamentos, etc. Estos textos conformaron el corpus de trabajo y se encontraron en diversas webs de ofertas turísticas, por ejemplo: *homeaway.es*; *lapizarranegra.com*, *casasruralesmadrid.com*; *escapadarural.com*; *atrapalo.com*; *www.booking.com*; *www.mediavacaciones.com*, etc. Fue condición *sine qua non* que los escritos elegidos no hubieran sido ya traducidos. A continuación, los estudiantes analizaron las convenciones del TO y detectaron los posibles problemas traductológicos, gracias a lo que aprendieron a evaluar y garantizar la calidad de los textos. En siguiente lugar, crearon un glosario español-inglés con terminología, definiciones y fuentes de consulta con el que apoyaron su traducción individual.

En esta tarea, el estudiante desplegó estrategias de traducción y aplicó las técnicas adecuadas a este tipo textual turístico.

El trabajo en equipo comprendió el trato entre participantes durante la unificación de los glosarios individuales. Posteriormente, los estudiantes formaron subgrupos dentro del aula para unir sus glosarios entre sí. Cada grupo, compuesto de 4 o 5 alumnos, recibió una letra como denominación para coordinar mejor la labor organizativa. Finalmente, el trabajo en gran grupo constituyó la compartición de conocimiento al unificar los glosarios, revisarlos y corregirlos, así como al poner sus resultados en común a nivel grupal.

Como venimos mencionando desde antes, para esta tarea se ha empleado una gran variedad de materiales, comenzando por el amplio corpus virtual auténtico, recopilado por el alumnado, de textos sobre ofertas alojativas en línea redactados en español. También cuentan los glosarios individuales y el grupal, producto de este proceso.

Aparte de las actividades individuales mencionadas anteriormente, dentro de los grupos pequeños se asignó a un coordinador la tarea de gestionar la unificación y la revisión de los glosarios. De manera similar, se encargó a un estudiante la función de coordinador general para manejar la unión a escala de toda la clase, con tareas adicionales de corrección y edición, así como de actualización a partir del material nuevo ofrecido por el grupo del curso 2013/2014.

Durante toda la tarea, la docente transmitió conocimientos relacionados con la situación socio-cultural, los marcadores textuales, la terminología y la fraseología propia del texto turístico. Asesoró sobre las fuentes de documentación y su utilidad, y actuó como orientadora, guía y diseñadora del método de trabajo. Por su parte, el estudiante desempeñó un papel activo con capacidad de toma de decisiones y oportunidades de liderazgo en la coordinación.

#### **4. Confección del glosario y resultados**

A fin de construir un glosario exhaustivo, se necesita reunir información de diversa naturaleza para cada entrada. Sager (1990: 194) propone incluir sinónimos en la misma lengua; equivalentes en otras lenguas; aspectos morfológicos y gramaticales; términos relacionados —por ejemplo: antónimos—; definiciones y explicaciones; las representaciones gráficas en otros sistemas de signos; comentarios y notas diversas; y datos sobre su clasificación temática, pertenencia a un área o dominio temático, como el contexto y el tipo textual, o el lugar que ocupa en un sistema de conceptos. No obstante, nos hemos ceñido a estos objetivos formativos que hemos perseguido con la tarea que se explica en este trabajo: la creación de glosarios de términos con y sin definiciones; la recopilación de fuentes de documentación como paso previo a la traducción; en caso necesari-



rio, la acuñación de términos nuevos; la optimización del uso de textos paralelos por parte del estudiante; y la traducción en sentido inverso (aunque también el glosario puede aprovecharse para traducción directa). Los campos que se recogen en el glosario están más que justificados y son los siguientes: término en LO; término en LM; definición y explicación del término (en caso necesario); imagen o ilustración (de manera opcional); y fuentes de documentación consultadas.

La documentación se emplea para resolver problemas en las distintas fases de la traducción, que, según García Yebra (1984: 30), son la fase semasiológica, en la que se ha de comprender el sentido del texto origen, y fase la onomasiológica, en la que se expresa el mensaje en la lengua meta. Como señala Hurtado Albir (2001: 62), la documentación «permite al traductor adquirir conocimientos sobre el campo temático, la terminología y las normas de funcionamiento textual del género en cuestión».

Mayoral (1997/1998) indica que la operación de documentación ofrece información factual, referida a conceptos (que recogemos en caso necesario); información lingüística —por ejemplo, elementos léxicos, gramaticales, estilísticos, de género y formato—; e información metalingüística o pragmática, para la comprensión del contexto y de la situación. Dicho esto, destaca la importancia de contemplarlos siguientes criterios de evaluación de las fuentes:

- **Fiabilidad.** Se han de priorizar las fuentes fiables, que han de provenir de una autoridad en el campo temático de la traducción, si es posible.
- **Accesibilidad.** Una fuente fiable pero difícil de alcanzar no es del todo conveniente a la labor del traductor.
- **Originalidad.** El texto redactado en la lengua original es el que guarda mayor nivel de autoridad.
- **Especificidad.** El grado de especialización de una fuente en un determinado tema indicará su utilidad al traductor. En este sentido, destacan los diccionarios especializados con definiciones.
- **Exhaustividad.** Las fuentes poco exhaustivas no son lo bastante prácticas como para emplear tiempo en consultarlas.
- **Corpus.** Las fuentes terminológicas que se basan en un corpus auténtico presentan un uso más real y fiable de las formas que contienen.

Para nuestro glosario hemos consultado un amplio abanico de fuentes, con diccionarios monolingües, bilingües y multilingües impresos y en línea, textos paralelos en inglés, y textos de apoyo en español. A continuación, mostramos algunas fuentes de documentación consultadas y recopiladas a modo de ejemplo para ilustrar su variedad:



Lengua Origen	Fuente consultada* *(Salvo que se explicito lo contrario, las fuentes listadas se consultaron en el segundo semestre del año 2012-2013.)
<b>accommodation for n</b>	-Homeaway.co.uk (TP). En: <a href="http://www.homeaway.co.uk/p499616">www.homeaway.co.uk/p499616</a> -Niumba (TP). En: <a href="http://www.niumba.com/en/united-kingdom/england/greater-london/apartments/beckenham/225925">www.niumba.com/en/united-kingdom/england/greater-london/apartments/beckenham/225925</a> -Niumba (TP). En: <a href="http://www.niumba.com/en/united-kingdom/northern-ireland/londonderry/bungalows/castlerock/169692">www.niumba.com/en/united-kingdom/northern-ireland/londonderry/bungalows/castlerock/169692</a> -Oxford Dictionaries. En: <a href="http://oxforddictionaries.com/definition/english/sleep?q=sleep">oxforddictionaries.com/definition/english/sleep?q=sleep</a> -Wordreference.com. En: <a href="http://www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=accommodate">www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=accommodate</a>
<b>beach bar</b>	-Cruise Reviews (TP). En: <a href="http://www.caribbeanportreviews.com/Antigua.htm">www.caribbeanportreviews.com/Antigua.htm</a> -Fodor's Travel (TP). En: <a href="http://www.fodors.com/news/photos/16-best-beach-bars-in-the-world#!1-intro">www.fodors.com/news/photos/16-best-beach-bars-in-the-world#!1-intro</a> -Lainformacion.com (TA). En: <a href="http://viajes.practicopedia.lainformacion.com/destinos/los-10-mejores-chiringuitos-de-playa-de-espana-13212">viajes.practicopedia.lainformacion.com/destinos/los-10-mejores-chiringuitos-de-playa-de-espana-13212</a>
<b>bedlinen</b>	-Better Homes and Gardens (TP). En: <a href="http://www.bhg.com">www.bhg.com</a> -Cambridge Dictionaries Online. En: <a href="http://www.dictionary.cambridge.org">www.dictionary.cambridge.org</a> -Collins. En: <a href="http://www.collinsdictionaries.com">www.collinsdictionaries.com</a> -Comodecorar casa (TA). En: <a href="http://www.comodecorarcasa.com">www.comodecorarcasa.com</a> -El País. En: <a href="http://servicios.elpais.com/diccionarios/castellano/lencer%EDa">servicios.elpais.com/diccionarios/castellano/lencer %EDa</a> -Merriam-Webster. En: <a href="http://www.merriam-webster.com/">www.merriam-webster.com/</a> [Consulta: febrero 2014] -Oxford Dictionaries. En: <a href="http://oxforddictionaries.com/">oxforddictionaries.com/</a> -Pons. En: <a href="http://www.pons.eu">www.pons.eu</a> -Porqui.net (TA). En: <a href="http://www.poraqui.net">www.poraqui.net</a> -Real Academia Española. En: <a href="http://lema.rae.es/drae/?val=cama">lema.rae.es/drae/?val=cama</a> -Reverso. En: <a href="http://diccionario.reverso.net">diccionario.reverso.net</a>
<b>cloakroom</b>	-ARMSTRONG, Maria and Fogarty, Catherine (Productoras ejecutivas). (2013). Big Coat Productions (Productora). Love it or List it. [serie de televisión]. Canadá. W Network. Versión española Tu casa a juicio. 2013. Divinity -Homeaway (TP). En: <a href="http://www.homeaway.com/vacation-rental/p846960?uni_id=1256943">www.homeaway.com/vacation-rental/p846960?uni_id=1256943</a> -Real Academia Española. En: <a href="http://www.rae.es/rae.html">www.rae.es/rae.html</a> -The Free Dictionary. En: <a href="http://www.thefreedictionary.com/lavatory">www.thefreedictionary.com/lavatory</a> -West Country Cottages (TP). En: <a href="http://www.westcountrycottages.co.uk/publicwcc/properties/nuthatchcottage.htm">www.westcountrycottages.co.uk/publicwcc/properties/nuthatchcottage.htm</a> -WiseGEEK. En: <a href="http://www.wisegeek.com">www.wisegeek.com</a>



<b>cosy (UK)</b>	-ALCARAZ, E. et al. (2000) Diccionario de términos de turismo y ocio, Ariel referencia, Barcelona. -Collins. En: <a href="http://www.collinsdictionary.com/dictionary/spanish-english/acogedor">www.collinsdictionary.com/dictionary/spanish-english/acogedor</a> [Consulta: febrero de 2014] -Diccionarios Bilingües Oxford. En: <a href="http://www.diccionarioinglesespanoloxford.es">www.diccionarioinglesespanoloxford.es</a> -Tripadvisor Canada (TP). En: <a href="http://www.tripadvisor.ca">www.tripadvisor.ca</a>
------------------	--

Tabla 1. Ejemplos de fuentes consultadas<sup>2</sup>

Por otra parte, en cuanto a la redacción de los textos originales, cabe señalar que en los años noventa se experimentó un importante aumento del acceso de un gran sector de la población al mundo de Internet, en el que las empresas de todos los sectores y, en concreto, del sector turístico vuelcan toda clase de información que pueda resultar de interés a los futuros clientes. La intervención directa de propietarios y viajeros (como productores inexpertos de TO) pone en duda el papel exclusivo del experto en la transmisión de informaciones.

A continuación, mostramos la tipología de errores encontrados en los textos originales redactados en español que acompañamos de ejemplos. En primer lugar, observamos errores de carácter gramatical, por ejemplo, en el uso inadecuado de pasivas —«Los tres edificios son separados astutamente por plantas»—; en la no concordancia —«Las playas de Stella Mares y Praia do Flamengo son la mas linda de la ciudad de Salvador»—; y en la formación de enunciados agramaticales —«Hacer nada, es ideal. Poner» al 100 % todos tus sentidos y escuchar el sonido de la naturaleza»—. De entre los fallos ortotipográficos hallados, destacamos la puntuación incorrecta —«atractivo mobiliario antiguo armario empotrado», «Los clientes de Casa Juana, también tienen»—; el intercambio de tildes por apóstrofes —«esta'» (está), «cafe'» (café), «podra'» (podrá), etc.—; la falta de espaciado apropiado —«Limpio, tranquilo» , «y a orillas del Río Ambroz», «encontramos el salón, comedor»—; y errores varios ortográficos—«canselación», «Visital virtual», «Imágen», «opcción»—. En tercer lugar, los errores lingüísticos se centran en el uso impropio de lexías como «secador» o «lencería», que, al investigar más profundamente los TO, hacían referencia, en realidad, a un escurridor y a ropa de cama, respectivamente. Finalmente, encontramos errores de naturaleza cultural, como el del siguiente enunciado: (...)«puedes contar con los servicios necesarios tales como restaurantes, farmacias, parada de guaguas» (...).La aparición de la lexía «guagua», propia de la variedad dialectal canaria, estaría justificada si se evidenciara un deseo de otorgar colorido localal texto a ojos de los lectores, pero, ya que se halla en medio de una simple enumeración, podemos concluir que quizá el redactor no consideró que producía un texto para un público no canario.

Para recapitular, Agorni (en Calvi 2012: 3) insiste en el papel del traductor como mediador de conocimientos, pero también en su responsabilidad en la promoción turística, que se manifiesta en la elección de las estrategias persuasivas

y las formas evaluativas. Según Calvi (2012), se detecta que no siempre se realiza de manera satisfactoria la mediación intercultural (las traducciones) y que se presta poca atención a la normalización del léxico, con repercusiones negativas en la comunicación en un sector crucial para la economía de España.

En siguiente lugar, resaltamos las dificultades principales en la elaboración de un glosario, que acompañamos de ejemplos:

- Dialectismos

Lengua Origen	Lengua Meta	Definición
<b>ben</b> (SCOT)	1) montaña 2) monte	
<b>loch</b> (SCOT)	lago	
<b>sun room</b> (US)	terraza acristalada	Estancia propia de los países anglosajones para crear un ambiente cálido en los meses fríos.

Tabla 2. Ejemplos de dialectismos<sup>3</sup>

Para anotar términos propios de un dialecto, hemos escrito una pequeña leyenda en el campo de término en la lengua origen. Así, por ejemplo, tenemos términos muy interesantes por su origen escocés, *loch* y *ben*, que reciben la leyenda «(SCOT)»; y también otras lexías como *sunroom*, que se encuentra en EEUU, por lo que aparece con la leyenda «(US)».

- Tecnicismos

Lengua Origen	Lengua Meta	Definición
<b>kitchenette</b>	cocina americana	Cocina pequeña.
<b>en-suite bathroom</b>	1) baño privado 2) baño adjunto	Baño incluido generalmente dentro de la habitación.
<b>swim-up bar</b>	bar acuático	Bar situado dentro de una piscina.
<b>villa</b>	villa	Casa de recreo situada aisladamente en el campo.

Tabla 3. Ejemplos de tecnicismos

A causa de la naturaleza variada de los textos turísticos, resulta usual hallar terminología de un gran número de ámbitos: arquitectura, cocina, ocio, deporte, etc. En este caso, tenemos dos términos que describen dos posibles estancias de un alojamiento—*kitchenette* y *en-suite bathroom*—, un tipo de local de espar-



cimiento para turistas —*swim-up bar*— y una clase de establecimiento alojativo turístico —*villa*—.

- Culturemas

Lengua Origen	Lengua Meta	Definición
<b>haggis</b>	<i>haggis</i>	Plato típico escocés muy conocido que consiste en un pesado embuchado que se sirve tradicionalmente con puré de colinabo y patatas.
<b>chiringuito</b>	1) beach bar 2) pool bar 3) beach restaurant	
<b>de n espigas</b>	1) n-ear 2) n-star	Sistema de medición de calidad, confort y equipamiento de los alojamientos rurales.
<b>tartan</b>	tartan	Tipo de tejido de origen escocés.

Tabla 4. Ejemplos de culturemas

La información cultural contiene un reservorio de recursos vital para que el traductor resuelva eficazmente los problemas que surgen en los textos turísticos. Destacan las estrategias que resaltan los fenómenos, eventos, etc., característicos del lugar en que se encuentran las ofertas alojativas, por lo que contar con una base terminológica que detalle estas cuestiones supone una gran ayuda en la labor traductológica.

- Préstamos

Lengua Origen	Lengua Meta	Definición
<i>salchichón</i>	salchichón	Embutido curado de origen griego y romano, realizado con carne magra de cerdo y tocino, condimentado con sal y especias como pimienta, nuez moscada, clavo o cilantro.
<b>wellness centre</b>	1) centro de bienestar 2) centro de <i>wellness</i>	Establecimiento, parecido a un balneario, donde se encuentran tratamientos beneficiosos para el cuerpo y la mente.

Tabla 5. Ejemplos de préstamos

Analizando el corpus textual de partida, los estudiantes aprenden cuáles son las situaciones apropiadas para utilizar préstamos en sus traducciones. Gracias a esto, consiguen extraer guías de utilización para generar sus propios préstamos

en el TM o para domesticar los que encuentre en el TO según las características del encargo de traducción.

Finalmente, después de generar el glosario, entre los alumnos participantes se circuló una pequeña encuesta para evaluar la actividad. El rango de puntuación era de 1 —muy negativo—, a 5 —muy positivo—. Con un número total de 42 participantes y 1 valor perdido, la valoración media de la actividad según los estudiantes es 4,07. Esto demuestra la buena aceptación que ha tenido el desarrollo de este glosario entre los alumnos, que, tras la realización de la tarea, tienen a su disposición el recurso terminológico generado.

## 5. Conclusiones

Con la realización de esta tarea, podemos extraer conclusiones como que, a través de esta actividad, el alumnado genera un corpus diverso a partir del cual se desarrolla una labor autogestionada en una primera fase, y de compartición de conocimientos en una segunda fase, en la que la retroalimentación favorece el resultado final, el glosario bilingüe. Asimismo, nos adaptamos a los nuevos paradigmas de formación, con un aprendizaje que emplea Internet como espacio vital. Se incorporan, por tanto, tecnologías digitales: *Moodle*, *Microsoft Office*, etc. Tal y como adelantábamos antes, creamos una herramienta versátil e interdisciplinar que toca un amplio abanico de temas relacionados: decoración, arquitectura, gastronomía, ocio, etc.

En los estudiantes fomentamos hábitos de trabajo, buen juicio y toma de decisiones. El glosario sirve no como fundamento único, sino como herramienta de apoyo en una profesión que requiere de la consciencia activa del traductor en todo momento. Gracias a este trabajo, inculcamos en los alumnos la necesidad de reflexión sobre qué decisiones tomar dependiendo de las características particulares de cada encargo, lo que, además, fomenta su autonomía como expertos de la traducción. Más aún, demostramos la utilidad de estas actividades didácticas en la creación de recursos orientados al ejercicio de la profesión. En un contexto universitario en el que priman los principios del Espacio Europeo de Educación Superior, resulta muy beneficioso todo contacto con la labor real del traductor, reflejada en esta ocasión en nuestra actividad terminológica. Vemos la importancia de la figura del traductor y del productor textual. No solo hay que destacarlo como mediador cultural, sino también como revisor o corrector de estilo, a la vista de la falta de calidad de algunos textos originales seleccionados por los alumnos. De hecho, en las presentaciones orales los estudiantes resaltaron este aspecto, por el que debían corregir sus textos antes de emprender el proceso de traducción.

La tarea que hemos diseñado ha conseguido ajustarse a los criterios de aprendizaje establecidos en el *Libro Blanco*. Al crear este glosario bilingüe basado en



corpus de ofertas alojativas, el estudiante se ha impregnado de los usos y convenciones del género turístico gracias al estudio de los textos alojados en el corpus compilado; ha aplicado las estrategias necesarias para la traducción de los textos escogidos para la actividad; se ha valido de terminología y ha llevado a cabo labores de documentación; y ha recurrido a las herramientas digitales requeridas para potenciar la eficacia de sus traducciones.

Proponemos continuar con la investigación aquí iniciada. También sugerimos expandir el glosario con nuevas entradas. Se podrían añadir a la vez más imágenes e ilustraciones, por ejemplo, pues ofrecen un valioso apoyo a la hora de entender la diversa gama de culturemas incluidos. En este sentido, sugerimos elaborar glosarios que se especialicen en otros temas relacionados, como la gastronomía o el deporte.

## 6. Bibliografía

- Borja Albi, Anabel, y Amparo Hurtado Albir. 1999. La traducción jurídica. @ A. Hurtado Albir, ed. *Enseñar a traducir. Metodología en la formación de traductores e intérpretes*. Madrid: Edelsa, Colección Investigación didáctica. ISBN 9788477113584, pp. 145-166.
- Bugnot, Marie-Angie. 2009. Estereotipia y localización en el discurso turístico. @ *Çédille. Revista de Estudios Franceses* 5: 56-80, ISSN 1699-4949.
- Calvi, MariaVittoria. 2010. Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. @ *Ibérica* 19: 9-32, ISSN 1139-7241. Università degli Studi di Milano
- Calvi, MariaVittoria. 2012. Palabras y cultura en la lengua del turismo. @ *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos* 10/4 (especial): 1-3, ISSN 1695-7121.
- Cómitre Narváez, Isabel y José María Valverde Zambrana. 2014. How to translate culture-specific items: a case study of tourist promotion campaign by Turespaña's tourist promotion campaign. @ *JoSTrans* 21: 71-111, ISSN 1740-357X.
- Durán Muñoz, Isabel. 2011. *El trabajo ontoterminográfico aplicado a la traducción de textos del turismo de aventura (español, inglés, alemán): fases de preparación, elaboración y edición*. Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Málaga. ISBN 9788497476416.
- Fuentes Luque, Adrián. 2005. La traducción de promoción turística institucional: la proyección de la imagen de España. @ A. Fuentes Luque, ed. *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrio. ISBN 9788496101401, pp. 59-92.
- García Yebra, Valentín. 1982. *Teoría y práctica de la traducción*. Gredos. ISBN 9788424902810.
- Hurtado Albir, Amparo. 2001. *Traducción y traductología*. Cátedra. ISBN 9788437619415.



- Kelly, Dorothy Anne. 1997. The translation of texts from the tourist sector: textual conventions, cultural distance and other constraints. @ *TRANS, revista de traductología* 2: 33-42, ISSN 1137-2311.
- Martínez Motos, Raquel. Análisis comparativo de las convenciones textuales de textos turísticos en inglés y en español: los folletos editados por organismos oficiales. @ A. Fuentes Luque, ed. *La traducción en el sector turístico*. Granada: Atrio. ISBN: 9788496101401, pp. 121-138.
- Mayoral Asensio, Roberto. 1997/1998. La traducción especializada como operación de documentación. @ *Sendebarr* 8/9: 137-154, ISSN 1130-5509.
- Nobs Federer, Marie-Louise. 2006. *La traducción de folletos turísticos. ¿Qué calidad demandan los turistas?* Comares. ISBN 9788498360158.
- Nunan, David. 1989. *Designing Tasks for the Communicative Classroom*. Cambridge University Press. ISBN 9780521379151.
- Rubio Royo, Enrique. 2013. *Perspectivas del conocimiento en una formación integral: perspectiva desde la tecnología y la ciencia (perfil e-aprendiz)*. Disponible en <<http://www.slideshare.net/erubio/el-conocimiento-en-la-formacin-integral-desdxe-la-perspectiva-de-la-tecnologa-y-la-ciencia-perfil-eaprendiz-de>>. Consultado el 27/5/2014.
- Sager, Juan. 1990. *A Practical Course in Terminology Processing*. John Benjamins Publishing. ISBN: 9027274347.
- Singh, Jagbir. 2010. *Ecotourism*. New Dehli: I.K. International Publishing House. ISBN 9789380026961.
- Zabala Aguayo, Francisco et al. 2008. Estudio de la oferta hotelera sevillana. @ I. Bermúdez y C. Fernández, eds. *Investigaciones turísticas. Una perspectiva multidisciplinar*. Digital @tres S.L. ISBN 9788469150306, 6-21. Disponible en <[www.aloj.us.es/ftf/investiga/Ijorna/investigaciones.pdf](http://www.aloj.us.es/ftf/investiga/Ijorna/investigaciones.pdf)>.

## Legislación

- Boletín Oficial de Canarias, Nº 002, martes 5 de enero de 2010. Gobierno de Canarias. Disponible en <<http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2010/002/>>. Consultado el 27/5/2014.
- Decisión 1999/34/CE de la Comisión, de 9 de diciembre de 1998, sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo. Unión Europea.* Disponible en <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1999:009:0023:0047:ES:PDF>>. Consultado el 27/5/2014.
- Decisión 2009/578/CE de la Comisión, de 9 de julio de 2009, por la que se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la etiqueta ecológica comunitaria a los servicios de alojamiento turístico. Unión Europea.* Disponible en <<http://www.magrama.gob.es/es/calidad-y-evaluacion->



ambiental/temas/etiqueta-ecologica-de-la-union-europea/d\_turismo\_tcm7-1953.pdf>. Consultado el 27/5/2014.

*Guía Docente: Guía Básica. Traducción Turístico-Comercial B Inglés. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. 2009.* Disponible en <<http://www.fti.ulpgc.es/upload/40324.pdf>>. Consultado el 27/5/2014.

*Ley 6/2003, de 27 de febrero, del Turismo de Aragón (Vigente hasta el 12 de Abril de 2013). Gobierno de Aragón.* Disponible en <[http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/CCAA/ar-l6-2003.htm](http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ar-l6-2003.htm)>. Consultado el 27/5/2014.

*Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía. Gobierno de Andalucía.* Disponible en <<http://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/255/1>>. Consultado el 27/5/2014.

*Libro Blanco. Título de Grado en Traducción e Interpretación. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.* Disponible en <[http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco\\_traduc\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco_traduc_def.pdf)>. Consultado el 27/5/2014.

*UNE EN-15038. Servicios de traducción. Requisitos para la prestación del servicio.* Madrid: Asociación Española de Normalización y Certificación

---

<sup>1</sup>-Sector del ocio: recreación y entretenimiento, establecimiento de instalaciones de recreo y entretenimiento en interiores y exteriores. Monumentos naturales y culturales, parques temáticos, museos, parques nacionales, jardines, lugares de patrimonio, entretenimiento, eventos de ocio, etc.

-Sector alojativo: hoteles, moteles, B&B, pensiones, apartamentos, villas, pisos, multipropiedades, campamentos, caravanas, pueblos turísticos, puertos deportivos, etc.

-Sector del transporte: aerolíneas, empresas ferroviarias, empresas de autobuses y autocares, empresas de alquiler de coches, empresas navieras, etc.

-Sector de organización de viajes o de órganos de turismo y comercio: turoperadores, agencias de viajes, organizadores de viajes de empresa, etc.

-Sector de organización del destino: oficinas de turismo nacionales, regionales y locales, asociaciones de turismo, etc. (traducción propia).

<sup>2</sup> Para ilustrar mejor nuestros ejemplos, hemos incluido una versión simplificada de nuestro glosario, que solo incluye los campos de término en LO y fuentes consultadas. La leyenda TA significa texto de apoyo; y la TP, texto paralelo. Los diccionarios no llevan leyenda.

<sup>3</sup> Con el objetivo de hacer más sencillos nuestros ejemplos, de manera similar a la anterior ocasión, incluimos una tabla con menos campos que los presentes en nuestro glosario real.