



Universitat de València, 10-12 marzo de 2010

Aproximación al léxico del turismo en los catálogos
Approach to lexicon of tourism in catalogues

Giovanna Mapelli

Università degli Studi di Milano

giovanna.mapelli@unimi.it

Resumen

El léxico del turismo es un conjunto heterogéneo formado por términos que proceden de diferentes ámbitos (historia del arte, geografía, arquitectura, gastronomía, economía, etc.). De este modo, la lengua del turismo se configura como un haz de “microlenguas” interrelacionadas, relativas a hotelería y restauración, transacciones comerciales, transportes, burocracia internacional, tiempo libre, etc. (Calvi 2006).

El tipo de léxico utilizado está fuertemente vinculado a los contextos en los que se mueve el profesional del turismo (por ej. hoteles, agencias de viajes, etc.) y a los tipos de documentos en los que aparece (comerciales, organizativos, institucionales, etc.).

Dentro de los documentos comerciales colocamos el catálogo de agencia o de touroperadores, una publicación que propone productos turísticos preconfeccionados. Consideramos el catálogo como “macrogénero” -“supragénero” (Expeleta y Gamero 2004) o “mixed o embedded genre” (Bhatia 2002)-, que incluye a su vez diferentes géneros (itinerarios, guías prácticas, normativas y anuncios, entre otros) con funciones comunicativas distintas.

En el presente artículo, analizaremos un corpus de 15 catálogos de agencia en español y, en particular, los itinerarios y las fichas de descripción de los alojamientos, con el objetivo de proporcionar una clasificación del léxico utilizado y una caracterización de este género. El análisis cualitativo de los datos se basa en las listas de palabras extraídas del corpus gracias al programa de interrogación automática de los textos WordSmith Tools.

Palabras clave: lenguaje del turismo, análisis del género.

Abstract

Lexicon of tourism is a heterogeneous set of terms that comes from different fields (history of art, geography, architecture, gastronomy, economy, etc.). Thereby, language of tourism consists of an interrelated cluster of micro-languages related to hotel management and catering, commercial transactions, transport, international bureaucracy, leisure time, etc. (Calvi 2006).

The type of lexicon used in this study is strongly connected to the settings with which a tourist professional deals (for example, hotels, travel agency, etc.) and the type of documents where his approval is shown somehow (commercial, organizational, institutional, etc.).

Within commercial documents we include the agency or tour operator catalogue, a publication that defends premade tourist products. We consider the catalogue as a “macrogenre” -“supragenre” (Expeleta

& Gamero 2004) or “mixed or embedded genre” (Bhatia 2002)-, that includes different genres (itineraries, practice guides, regulations and advertisements among others) with different communicative functions. In this paper, we will analyse a corpus which consists of 15 agency catalogues in Spanish; particularly, we will pay attention to itineraries and fact sheets of accommodations with the purpose of providing a classification of the lexicon used and a description of this genre. Qualitative analysis of our data is based on Word lists extracted from the corpus through the program for automatic text processing WordSmith Tools.

Key Words: tourist lexicon, genre analysis.

Referencias bibliográficas / Bibliographical references:

Calvi, M. V. (2006), *Lengua y comunicación el español del turismo*, Madrid, Arco Libros.

Expeleta, P. y Gamero, S. (2004), “Los géneros técnicos y la investigación basada en corpus: proyecto GENTT”, en Actas del III Congreso Internacional de Traducción Especializada, Barcelona, Universidad Pompeu Fabra.

Bhatia, V. K. (2002), “Applied genre analysis: a multi-perspective model”, *Ibérica*, 4, pp. 3-19.