

# EL DICCIONARIO ESPECIALIZADO BILINGÜE PARA LA TRADUCCIÓN TURÍSTICA INVERSA (ESPAÑOL-INGLÉS)

MIRIAM SEGHIRI  
Universidad de Málaga<sup>1</sup>  
seghiri@uma.es

The Spanish tourism industry is strong and continuing to grow. Actually, nowadays it is the predominant economic source in Spain. This situation is tied directly to the increase for Spanish into English translation demand in order to promote different tourism products and services out of its domestic market. For this reason, the aim of this article is to examine the different specialized dictionaries of tourism, available on line and printed –especially the *Diccionario de términos de turismo y ocio (inglés-español/Spanish-English)* (Alcaraz Varó *et alii.*, 2006 [2000])–, in order to analyze them and to determine their appropriateness for reverse translation (Spanish-English) of tourism texts.

KEY WORDS: tourism translation, reverse translation, specialized dictionaries and lexicography.

A día hoy el turismo es, sin duda, el motor de la economía española. Esta situación genera una gran demanda de traducciones inversas (español-inglés) con vistas a promocionar los diferentes productos turísticos fuera de nuestras fronteras. Por consiguiente, el objetivo principal de este trabajo es realizar un recorrido por las principales obras lexicográficas especializadas para la traducción turística –con especial referencia al *Diccionario de términos de turismo y ocio (inglés-español/Spanish-English)* de Alcaraz Varó *et alii.* (2006 [2000])–, tanto aquellas disponibles en papel como en línea, proceder a su análisis y determinar su pertinencia para la traducción turística inversa (español-inglés) inversa actual.

PALABRAS CLAVE: traducción turística, traducción inversa, diccionarios especializados y lexicografía.

## 1. Introducción

Hoy en día es incuestionable que Enrique Alcaraz Varó ha sido, es y será piedra angular de la traducción jurídica de nuestro país, dado el dilatado número de aportaciones que sobre esta temática nos ha legado, entre las que destacan, “El inglés jurídico y su traducción al español” (1994), “La traducción del inglés jurídico al español” (1996), “Usos del inglés jurídico” (1998), “La investigación en la traducción jurídica” (1999), “La traducción del inglés jurídico” (2000), “The problems of translation of legal English into Spanish” (2000), “La traducción del español jurídico y económico” (2001), “El jurista como traductor y el traductor como jurista” (2003), “El jurista, el traductor y la traducción” (2005), “Aspectos lingüísticos de la traducción del inglés jurídico” (2005), “La lingüística legal: el uso, el abuso y la manipulación del lenguaje jurídico” (2005), “Issues in the translation of English Legal Texts into Spanish” (2006), “La traducción del inglés jurídico en la sociedad del conocimiento” (2006), “Isomorphism and anisomorphism in the translation of legal texts” (2006), “Forensic Linguistics and the Language of the Administration” (2007) o “La huella francesa del inglés jurídico” (2008). Asimismo, a ello se suma el legado de obras lexicográficas específicas de este campo del saber o relacionadas, en colaboración con otros autores de primera fila, de inestimable valor que nos ha legado, a saber, el *Diccionario de términos jurídicos* (diez ediciones), el *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales* (cinco ediciones), *El inglés jurídico* (seis ediciones), *El inglés jurídico norteamericano* (cuatro ediciones), *El español jurídico o Legal Translation Explained*.

A su vez, Alcaraz Varó, además de contar con reconocimiento internacional por sus aportaciones a la traducción jurídica, este investigador ha sido un gran profesional de las lenguas aplicadas en su conjunto y nos ha dejado obras de inestimable valor para el mundo de la Traducción. Así, consciente de la importancia de la traducción turística en nuestro país, una de sus aportaciones más recientes ha sido, junto

---

<sup>1</sup> En presente trabajo se enmarca en el seno, por un lado, del proyecto de investigación de excelencia *La contratación turística electrónica multilingüe como mediación intercultural: aspectos legales, traductológicos y terminológicos* (HUM-892, 2006-2009) y, por otro, del grupo de investigación *Lexicografía y Traducción* (Hum 106-J.A).

a Hughes, Campos Pardillos, Pina Medina y Alesón Carbonell, el *Diccionario de términos de turismo y ocio (inglés-español/Spanish-English)* (2006 [2000]). De este modo, el objetivo principal de este trabajo es realizar un recorrido por las principales obras lexicográficas especializadas para la traducción turística, tanto aquellas disponibles en papel como en línea, proceder a su análisis y determinar su pertinencia para la traducción turística español-inglés (variedad peninsular y británica, respectivamente) inversa actual.

## 2. La traducción turística

Cada vez son más los autores que defienden la existencia de un lenguaje o lengua del turismo (cfr. Balboni, 1989; Calvi, 2000, 2004, 2005 y 2006; Saorín Iborra, 2003; Nigro, 2006; Turci Domingo, 2006; Seghiri, 2006; Cruz Cabanillas *et alii.*, 2008, Corpas Pastor y Seghiri (2009 y en prensa) o Mira Rueda, 2009, entre otros) dados los rasgos propios lingüísticos y discursivo-textuales que caracterizan el discurso turístico como lengua de especialidad<sup>2</sup>. Así, puede definirse, como

un ergolecto o lenguaje de trabajo, y se caracteriza por tener unas funciones comunicativas y unos conceptos propios, todo lo cual le confiere una identidad estructural y léxico-semántica que lo diferencia de otros lenguajes de especialidad, como puedan ser el económico, el jurídico, el político, etc. Estas funciones comunicativas y conceptos se expresan a través de estructuras verbales recurrentes y a través de un léxico o vocabulario específico (Suau Jiménez, 2006: 1).

A ello cabe añadir que los textos turísticos se caracterizan por su carácter multidisciplinar<sup>3</sup> (como arte, paisaje, gastronomía, seguros, viaje, por citar sólo algunos de los más relevantes) y que pueden ser englobados en dos grandes grupos en función de si la información en ellos contenida persigue un fin expositivo-informativo o persuasivo-publicitario. No obstante, si por algo se distingue discurso turístico es por su carácter euforizante y optimista, debido principalmente, al uso excesivo de superlativos y acumulación de adjetivos para conseguir un efecto estilístico de evocación y sugestión.

A lo anteriormente expuesto se suma, tal y como abren la contraportada de su *Diccionario de términos de turismo y ocio* Alcaraz Varó *et alii.* (2006), que «El turismo de masas es uno de los fenómenos más novedosos desde la segunda mitad del siglo XX. En España es la industria número uno, la fuente principal generadora de riqueza y de puestos de trabajo». Efectivamente, el turismo mueve un volumen de negocio astronómico en la economía internacional (cfr. WTTC, 2009a), donde Europa ocupa una posición privilegiada que la sitúa a la cabeza a escala mundial, baste con observar los datos arrojados por *The 2009 Travel & Tourism Economic Research*<sup>4</sup> de la World Travel & Tourism Council<sup>5</sup>, que acaba de ver recientemente la luz. Así, en el presente año 2009, Europa espera generar en este sector 1.667 billones de dólares, lo que supone el 9,9 % del producto interior bruto (PIB) mundial —con una perspectiva de que alcance el 10,4 % en el año 2019—, y el 10,4 % del total de empleos, lo que se traduce en 23.002.000 de puestos de trabajo (cfr. WTTC, 2009b)<sup>6</sup>. Para el caso concreto de España, *The 2009 Travel & Tourism Economic Research* (cfr. WTTC, 2009c), este sector supone a día de hoy el 16,3 % de su PIB (251,5 billones de dólares) y genera el 17 % del total de empleo en nuestro país (3.381.000 puestos de trabajo), de hecho, esto sitúa a España en el sexto lugar a escala mundial. A este respecto, téngase en cuenta que toda esta promoción turística conlleva una ingente demanda de este tipo de traducciones, tanto directa como, sobre todo, inversa, en aras de promocionar todos los servicios al exterior. De hecho, según datos del Instituto de Estudios Turístico (IET) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en el mes de febrero de 2009, España recibió 2,8 millones de turistas procedentes del extranjero; de esta forma, en el acumulado de los dos primeros meses del presente año llegaron a España 5,4 millones de turistas, de entre

<sup>2</sup> Para más información, véase Mira Rueda (2008), quien presenta una matriz de rasgos léxico-morfológicos y discursivo-textuales que caracterizan al discurso turístico tanto en inglés como en español.

<sup>3</sup> En este sentido, remitimos a la taxonomía propia de segmentos turísticos propuesta en el seno del proyecto de excelencia de la Junta de Andalucía *La contratación turística electrónica multilingüe como mediación intercultural: aspectos legales, traductológicos y terminológicos (HUM-892, 2006-2009)*, disponible en la siguiente dirección URL: <<http://www.uma.es/hum892>>.

<sup>4</sup> Véase WTTC (2009a).

<sup>5</sup> Dirección URL: <<http://www.wttc.org>>.

<sup>6</sup> Consúltense los estudios de WTTC (2009 a, b, c y d) para una visión más detallada en torno a las cifras que mueve el sector a nivel internacional, europeo, español y británico, respectivamente. Asimismo, los motivos que llevan a las personas a viajar son numerosos, aunque según el estudio realizado por el International Tourism Consulting Group (IPK, 2005), las principales razones que llevan a viajar a los Europeos son el placer, 244,6 millones (68 % de la población), de los cuales, 41,6 millones de ellos (11 %) son de muy breve duración, en concreto de una a tres noches, mientras que la gran mayoría —202,4 millones (57%)— se decanta por estancias más prolongadas, superiores a cuatro noches. Más lejanas se encuentran otras motivaciones como los viajes de negocios —50,3 millones (14 %)— o visitas a familiares o amigos —25,4 millones (7 %)—, entre las principales.

los cuales, el Reino Unido fue el principal mercado emisor con 676 mil turistas británicos (véase Gráfico 1):

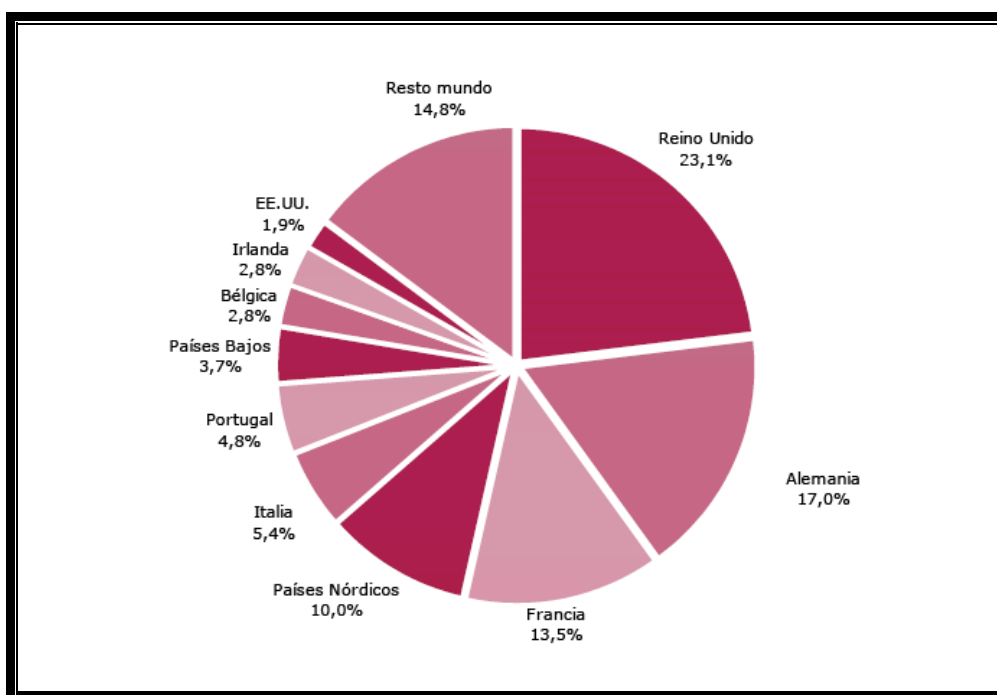


Gráfico 1: Porcentajes de turistas internacionales según su país de residencia (enero-febrero de 2009).  
Fuente: Instituto de Estudios Turístico (IET)<sup>7</sup>

Por consiguiente, no es de extrañar que, como consecuencia, exista cada vez una mayor demanda de traducciones inversas de textos turísticos (principalmente en la combinación de lenguas inglés-español)<sup>8</sup> y que se empiece a contemplar de forma específica en los principales planes de estudio la Licenciatura de Traducción e Interpretación (por ejemplo, en el año académico actual, la Universidad de Alicante imparte *Traducción de textos turísticos e industrias del ocio (español-inglés)*). Además, la traducción de textos turísticos suele ser módulo integrante de la asignatura de *Traducción inversa A>B (español-inglés)*, como ya se viene haciendo en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga o en la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca, entre otras. A su vez, también comienza a integrarse en cursos de postgrado como, por ejemplo, el Programa de Doctorado de la Universidad de Alicante para 2008-2009 contempla la asignatura *La traducción técnica en el campo del turismo*.

### 3. Los repertorios lexicográficos bilingües para la traducción turística inversa (español-inglés)

Como acabamos de ilustrar, es imperante la necesidad de traducción inversa en el sector turístico por lo que tanto los estudiantes como los profesionales de la traducción deben contar con herramientas que les permitan abordar la correcta<sup>9</sup> traducción de estos textos. Son variadas las herramientas de las que puede

<sup>7</sup> Dirección URL: <<http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>>.

<sup>8</sup> A este respecto, remitimos al informe redactado por la Asociación de Empresas de Traducción (ACT, 2005), donde se reflexiona sobre la demanda en el mercado español de la traducción.

<sup>9</sup> En este punto, conviene hacer hincapié en que las archiconocidas “malas” traducciones tan frecuentes en este sector no suelen venir realizadas por traductores profesionales (ni por alumnos de últimos cursos de la Licenciatura de Traducción e Interpretación) sino por miembros del propio sector turístico que no cuentan con la formación adecuada. Sorprende, así, observar que al redactar textos turísticos en la lengua original, se presta gran atención al público al que van dirigidos, se persigue atraer, seducir y captar a la audiencia; sin embargo, en las traducciones no ocurre lo mismo, ya que las realizan, por lo general, personas sin formación ni preparación. Por consiguiente, lo que se persigue con la creación de productos novedosos e impactantes en español se pierde, normalmente, en la traducción al inglés –en ocasiones, además, plagadas de errores– y, con ellas, un volumen de mercado muy importante. Conscientes de estas deficiencias en las traducciones turísticas, en la actualidad, el grupo liderado por la Dra. Corpas

servirse el traductor, desde la consulta a un profesional, hasta la creación y gestión de corpus virtuales; no obstante, si existe un recurso arquetípico del traductor es el diccionario. Tal y como reveló el estudio realizado por Corpas Pastor *et alii.* (2001)<sup>10</sup> en torno a los hábitos de los estudiantes de la Licenciatura de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga, tras indicar su preferencia del diccionario frente a otro tipo de recurso, señalaron el diccionario bilingüe como su herramienta de trabajo por excelencia frente al monolingüe<sup>11</sup>. Así, el 94,2 % de los alumnos de primer curso, prefería los repertorios bilingües frente al 3,8 %, que afirmaba recurrir a los monolingües. Por lo que se refiere a los alumnos de segundo, el 58 % emplea el diccionario bilingüe, frente al 26 %. En el segundo ciclo de la Licenciatura persiste esta tendencia y, nuevamente, el 86 % de los estuantes de tercer curso y el 73,3 % de cuarto curso utilizaba el diccionario bilingüe frente al 8 % y 20 %, respectivamente, que prefería el monolingüe.

Esta preferencia tan contundente de los usuarios por el diccionario bilingüe, aún en contraposición de las recomendaciones de profesores y profesionales del sector, no es fruto del azar sino resultado evidente de las ventajas efectivas de la utilización de este recurso<sup>12</sup>, entre las que destacan, tal y como reveló el citado estudio malagueño Corpas *et alii.* (2001: 251 y ss.), en primer lugar, su gran utilidad para la descodificación, trascodificación y codificación y, en segundo lugar, que éste les suministra la información de la forma rápida, cómoda e inequívoca, todo ello, en un único recurso. Aunque bien es cierto que la información semántica que recoge un repertorio lexicográfico bilingüe es, tal y como apunta Moreno (1996: 52), una traducción de “naturaleza sinonímica” y no una definición “*en sensu strictu*”, “las definiciones perifrásticas que ofrece el diccionario monolingüe, sin embargo, difícilmente permiten situar un vocablo con exactitud y rapidez dentro de la red semántica” (Ruhstaller, 2005: 89).

Habida cuenta de lo expuesto, existe una necesidad real de repertorios bilingües especializados, en este caso en concreto para la traducción turística inversa. Por consiguiente, a continuación, nos proponemos repasar los diferentes repertorios bilingües y plurilingües existentes especializados en el ámbito del turismo.

### 3.1. Los repertorios lexicográficos bilingües en papel

En el año 2000 se publicaron, en papel, los dos principales diccionarios bilingües temáticos en el ámbito del turismo que existen en la actualidad, a saber, el *Diccionario turístico Inglés-Español* de Carmen Deltoro Lenguazco y el *Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español/Spanish-English* de Enrique Alcaraz, Brian Hughes y Miguel Ángel Campos, Víctor Manuel Pina y M.ª Amparo Alesón.

Por lo que se refiere al primero de ellos, el *Diccionario turístico Inglés-Español* (Deltoro Lenguazco, 2000), se trata de un repertorio, por lo que se refiere a la macroestructura, cuyas entradas o lemas –un total de 3.674, en 249 páginas– siguen un orden semasiológico y cuentan con una ordenación alfabética. A su vez, recoge nombres propios, siglas, acortamientos, tecnicismos y extranjerismos. Por lo respecta a la microestructura, las entradas se acompañan de equivalentes, las acepciones se separan con punto y aparte, presenta información de sinónimos, antónimos y otras relaciones semánticas e incluye marcas diafásicas y diastráticas; sin embargo, el diccionario adolece de neologismos, información en torno a la etimología, pronunciación, gramática y ortotografía, además de marcas diacrónicas, diatópicas o diatécnicas, así como ejemplificación. A ello se suma el hecho de que, aunque se trata de un diccionario bilingüe (inglés-español), no es bidireccional (español-inglés), por lo que lo convierte en un recurso de poca utilidad para la traducción inversa.

---

Pastor, de la Universidad de Málaga, lleva a sus espaldas dos I+D sobre compilación de corpus turísticos comparables y paralelos, a saber, el proyecto nacional *TURICOR: Compilación de un corpus de contratos turísticos (alemán, español, inglés, italiano) para la generación textual multilingüe y la traducción jurídica* (2003-2006), ya concluido, y el proyecto de investigación de excelencia de la Junta de Andalucía *La contratación turística electrónica multilingüe como mediación intercultural: aspectos legales, traductológicos y terminológicos* (HUM-892, 2006-2009), en su fase final, en el seno de los cuales se han desarrollado herramientas informáticas y se trabaja para la mejora de la calidad de de la traducción en de este sector. Precisamente, en los corpus compilados de textos (principalmente material promocional) traducidos del español a la lengua inglesa se ha detectado que en ninguno de los documentos se indica el nombre del traductor y que, además, es extremadamente frecuente la presencia de errores. Para más información al respecto, visítense las páginas de los citados proyectos: <<http://www.turicor.com>> y <<http://uma.es/hum892>>.

<sup>10</sup> Los resultados de este trabajo llevado a cabo en 2001 en la Universidad de Málaga coinciden con los presentados en estudios análogos una década anterior, por Atkins y Knowles, en la Universidad de Tampere (Finlandia), pionero, o el de Meyer y Roberts, en la Universidad de Ottawa.

<sup>11</sup> Para una información más pormenorizada en torno a las ventajas y desventajas de la utilización de diccionarios monolingües y bilingües, véase Ruhstaller (2005).

<sup>12</sup> A este respecto, no obstante, y tal y como puntualizó Tricás (1995: 193), le corresponde al traductor saber “*cómo* usar un diccionario, *cuándo* y *para qué*”.

Sin embargo, con el *Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español/Spanish-English* de Enrique Alcaraz *et alii.* (2000) sí estamos ante un diccionario en papel bidireccional: inglés-español, la primera parte de la obra, y español-inglés, la segunda. Contiene más de 8.000 entradas en cada una de las partes –en 570 páginas–, tal y como reza en su contraportada, presentada con ordenación semasiológica alfabética directa. Las entradas la conforman nombres propios, siglas, tecnicismos y extranjerismos, por lo que se refiere a la macroestructura. En lo concerniente a la microestructura, se presentan equivalentes y definiciones, lo que lo convierte en una herramienta de gran utilidad. Las acepciones se separan por punto y aparte y, además, se muestra información de marcas diafásicas y diastráticas así como de sinónimos antónimos y otras relaciones semánticas. Como novedad con respecto al diccionario anteriormente analizado, la obra de Alcaraz Varó *et alii.* incorpora información ortotipográfica, marcas diatómicas y ejemplos, de gran utilidad todo ello para el traductor. A ello se suma que, este diccionario, cuenta con una segunda edición más reciente (2006), en la que se vuelven a recoger unas 8.000 entradas en cada una de las partes en un total de 676 páginas. En esta nueva edición, revisada y ampliada, con idénticas características a la publicación de 2000, se añaden neologismos y cinco nuevos campos que han entrado a formar parte en el sector turístico como la salud, la seguridad, la ecología, el gobierno y las instalaciones, lo que lo convierten en una obra altamente actualizada y de gran utilidad para la traducción turística inversa.

También en formato impreso, por último, encontramos el *Standardisiertes Wörterbuch Tourismus - Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch* de Holger Mühlbauer (2004). Estamos ante una obra multilingüe (alemán, inglés, francés y español), de tipo, a diferencia de los anteriores, onomasiológico (enmarcado dentro del grupo de diccionarios de familia de palabras). La obra presenta exclusivamente equivalentes sin ninguna información microestructural más, esto es, a diferencia de los anteriores, no contiene neologismos, nombres propios, siglas, acortamientos, regionalismos, extranjerismos, información etimológica, sinónimos y antónimos, relaciones semánticas, marcas, ejemplos e información gramatical, aunque sí incluye tecnicismos e ilustraciones, esta última una característica que no incluían el resto de repertorios. Se trata, por último, de un diccionario monodireccional, esto es, exclusivamente del alemán, inglés y francés al español, hecho que lo convierte en una herramienta poco útil para la traducción inversa.

Por consiguiente, a día de hoy existen tres diccionarios temáticos turísticos en papel, a saber, el diccionario de Deltoro (2000), de Mühlbauer (2004) y de Alcaraz Varó *et alii.* (2006 [2000]). De todos ellos, este último, sin duda, además de ser el más completo, es el único que es bidireccional y, por consiguiente, el único de utilidad específica para la traducción inversa del español al inglés.

### 3.2. Los repertorios lexicográficos bilingües en línea

En la actualidad, es indudable que el traductor ha encontrado en Internet la Gran Biblioteca de Alejandría soñada; por consiguiente, y dada la escasez de recursos lexicográficos bilingües especializados para la traducción turística inversa (español-inglés) en papel –tan sólo la aportación de Alcaraz Varó *et alii.* (2006 [2000])–, se ha realizado una búsqueda en red para comprobar si en ella se albergan también este tipo de repertorios.

Así, en primer lugar, entre los recursos disponibles en Internet destaca el *Diccionario online de Agencias de Viajes, hostelería y turismo en general*<sup>13</sup>, en constante actualización (además se pueden realizar aportaciones en línea) con más de 13.000 definiciones de términos habituales, explicados en su contexto y con ejemplos de uso; es decir, estamos ante un diccionario semasiológico cuyos lemas están integrados por nombres propios, siglas, acortamientos, neologismos, tecnicismos y extranjerismos. Cuenta con equivalentes y definiciones, y las acepciones aparecen separadas por punto y seguido, enumeradas por su frecuencia de uso. No se incluye información ortotipográfica, etimológica, pronunciación, sinónimos, antónimos y otras relaciones semánticas, marcas, ni información gramatical, aunque sí cuenta con ejemplos. Sin embargo, el hecho de que no se especifique la autoría de la página nos puede llevar a dudar del contenido de esta. A su vez, aunque es un diccionario bilingüe (inglés-español), no es bidireccional (español-inglés), por lo que nuevamente el traductor que debe realizar una traducción inversa se vuelve a encontrar desamparado.

<sup>13</sup> Dirección URL: <<http://diccionario.worldispnetwork.com/documents/index.html>>.

En segundo lugar, aunque no es propiamente un diccionario, encontramos el *Vocabulario de Gestión del Turismo y del Patrimonio Cultural*<sup>14</sup>, realizado por Teresa Abejón y Ángeles Maldonado<sup>15</sup> del CINDOC-CSIC. Este vocabulario, bilingüe y bidireccional (inglés-español, español-inglés), recoge los términos más utilizados pero no en el ámbito del turismo en general sino en el campo de la gestión del patrimonio cultural y del turismo cultural en particular, por lo que se convierte en un recurso útil, como indica en la introducción “para los traductores e intérpretes que necesitan información terminológica en su tarea de mediación lingüística en este ámbito especializado”, pero muy limitado. El orden de las entradas es semasiológico, aunque no se incluyen siglas, acortamientos, regionalismos ni extranjerismos aunque sí equivalentes, definiciones y ejemplos. Por último, cuenta con un apartado de “notas” para incluir cualquier tipo de aclaración adicional.

En la búsqueda en red no se han localizado más diccionarios bilingües para la traducción turística en el par de lenguas español e inglés. Por lo tanto, podemos concluir que, aunque existen dos repertorios especializados en línea, por una parte, el *Diccionario online de Agencias de Viajes, hostelería y turismo en general*, que no recoge la combinación español-inglés, por lo que no sería una herramienta específica útil para la traducción inversa; por otro lado, el *Vocabulario de Gestión del Turismo y del Patrimonio Cultural*, que se circunscribe a un área muy concreta del turismo, por lo que su empleo efectivo para la traducción inversa (español-inglés) de textos turísticos queda muy limitado.

#### 4. Conclusiones

Desde hace años, el turismo es el motor de la economía en España, a lo que se suma el hecho de que el principal lugar de procedencia de los turistas que visitan nuestro país es el Reino Unido. Esta situación genera una demanda real de traducción inversa (español-inglés) de textos turísticos (cfr. ATC, 2005) que se refleja, cada vez más, en los planes de estudio actuales de Traducción e Interpretación con asignaturas como, por ejemplo, *Traducción de textos turísticos e industrias del ocio (español-inglés)* en la Universidad de Alicante. En el presente trabajo, además, ha quedado evidenciada la preferencia de los actuales alumnos de Traducción –y futuros traductores– por el diccionario bilingüe frente a cualquier otro recurso (cfr. Corpas *et alii.*, 2001); sin embargo, sorprende observar que, tras un somero repaso por las principales obras lexicográficas especializadas, tanto en papel como en línea, únicamente una de ellas cumple con las necesidades reales de los traductores que tienen que abordar la traducción inversa (español-inglés) de textos turísticos: el *Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español / Spanish-English* de Enrique Alcaraz *et alii.* (2006 [2000]). Con esta obra nos encontramos ante un trabajo actualizado, serio, meditado y bien hecho, en la línea a la que nos tiene acostumbrados Alcaraz Varó, un especialista de las lenguas aplicadas, del inglés para fines específicos y, cómo no, de la traducción. Este diccionario es el más completo y útil para traductores pues, como los propios autores indican en su Introducción (2006: VI) «el ánimo de los autores está el deseo de ofrecer al lector, al especialista y al traductor una herramienta eficaz clara, precisa y sencilla donde encontrar solución a los problemas lingüísticos que el mundo del turismo les propone». No cabe duda de que lo han conseguido.

#### 5. Referencias bibliográficas

Acosta, J.P. y V. Collin (2005): “La lengua del turismo en alemán y francés. Aspectos socioculturales: los recursos del texto”. En Hernández, E. (edit.): *Lenguas para fines específicos. (VIII) Investigación y enseñanza*. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares, págs. 209-216.

ACT (2005): *Primer estudio de mercado de los servicios de traducción profesional en España de la Asociación de Empresas de Traducción (ACT)*. Madrid: ACT.

Alcaraz Varó, E. (1994): “El inglés jurídico y su traducción al español”. En Fernández Nistal, P. (ed.): *Aspectos de la traducción inglés/español*. Valladolid, Instituto de Ciencias de la Educación, págs. 101-133.

Alcaraz Varó, E. (1996): “La traducción del inglés jurídico al español”. En Lozano, W.C. y J.L. Vázquez Marruecos (eds.): *I Jornadas sobre diseño curricular del traductor e intérprete*. Granada, Universidad de Granada.

<sup>14</sup> Dirección URL: <[http://www.eslee.org/info\\_gestiontur.php](http://www.eslee.org/info_gestiontur.php)>.

<sup>15</sup> En la elaboración del *Vocabulario de Gestión del Turismo y del Patrimonio Cultural* han colaborado, además, los siguientes especialistas: M.ª Ángeles Querol (Universidad Complutense de Madrid) que ha aportado sugerencias, precisiones y correcciones, así como Philip Carlisle, experto de English Heritage, con la resolución de las dudas para presentar la equivalencia terminológica español-inglés.

- Alcaraz Varó, E. (1998): "Usos del inglés jurídico". *I Curso de introducción al inglés jurídico y su traducción al español*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Alcaraz Varó, E. (1999): "La investigación en la traducción jurídica". Castellón de la Plana, Universitat Jaume I.
- Alcaraz Varó, E. (2000): "La traducción del inglés jurídico". *Proceedings of the II Congreso Superior de Traducción*. Valladolid: University de Valladolid.
- Alcaraz Varó, E. (2000): "The problems of translation of legal English into Spanish". *Annual Conference of the California Court Interpreters Association*. San Francisco.
- Alcaraz Varó, E. (2001): "La traducción del español jurídico y económico". *Proceedings of the II Congreso internacional de la lengua española*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Alcaraz Varó, E. (2003): "El jurista como traductor y el traductor como jurista". En Vega Cernuda, M. A. (ed.): *Una mirada al taller de San Jerónimo. Bibliografías, técnicas y reflexiones en torno a la traducción*. Madrid, Instituto Universitario de Lenguas Modernas y Traductores, págs. 29-44.
- Alcaraz Varó, E. (2005): "Aspectos lingüísticos de la traducción del inglés jurídico". En Martínez, J. L., C. Pérez, N. McLaren y L. Quereda (eds.): *Towards an understanding of the English Language: Past, Present and Future*. Granada: Universidad de Granada, págs. 15-24.
- Alcaraz Varó, E. (2005): "El jurista, el traductor y la traducción". En Larrazabal Basañez, S. y E. Oregi Goñi (eds.): *Hizkera juridikoa eta itzulpengintza: euskararen norabideak*. Bilbao, Instituto Vasco de Administración Pública, págs. 47-68.
- Alcaraz Varó, E. (2005): "La lingüística legal: el uso, el abuso y la manipulación del lenguaje jurídico". En Turell, M. T. (ed.): *Lingüística forense, lengua y derecho: conceptos, métodos y aplicaciones*. Barcelona, IULA, págs. 49-66.
- Alcaraz Varó, E. (2006): "Isomorphism and anisomorphism in the translation of legal texts". Düsseldorf: Universidad de Düsseldorf.
- Alcaraz Varó, E. (2006): "Issues in the translation of English Legal Texts into Spanish", *Cross Atlantic Legal Practice in a Time of Global Change*, págs. 1-13.
- Alcaraz Varó, E. (2006): "La traducción del inglés jurídico en la sociedad del conocimiento". En Gonzalo, C. y P. Hernández (coords.): *CORCILLVM: Estudios de traducción y filología dedicados a Valentín García Yebra*. Madrid, Arco Libros, págs. 431-447.
- Alcaraz Varó, E. (2007): "Forensic Linguistics and the Language of the Administration". En Turell, M. T., M. Spassova y J. Cicres (eds.): *Proceedings of the 2nd European IAFL Conference on Forensic Linguistics / Language and the Law*. Barcelona: IULA.
- Alcaraz Varó, E. (2007): *El inglés jurídico*. 6.ª ed. Barcelona, Ariel.
- Alcaraz Varó, E. (2008): "La huella francesa del inglés jurídico". *De la ciencia a la vida. Homenaje al Profesor Francisco Ramón Trives*. Alicante, Universidad de Alicante.
- Alcaraz Varó, E., M. Á. Campos Pardillos y Cynthia Miguélez. (2007): *El inglés jurídico norteamericano*. 4.ª ed. Barcelona, Ariel.
- Alcaraz Varó, E. y B. Hughes (2002): *El español jurídico*. Barcelona, Ariel.
- Alcaraz Varó, E. y B. Hughes (2002): *Legal Translation Explained*. Manchester, St. Jerome.
- Alcaraz Varó, E. y B. Hughes (2007): *Diccionario de términos jurídicos*. 10.ª ed. Barcelona, Ariel.
- Alcaraz Varó, E. y B. Hughes (2008): *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales*. 5.ª ed. Barcelona, Ariel.
- Alcaraz, E., B. Hughes y M. Á. Campos, V. M. Pina y M.ª A. Alesón. 2006. *Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español/Spanish-English*. Editorial Ariel: Barcelona.
- Alcaraz, E., B. Hughes y M. Á. Campos, V. M. Pina y M.ª A. Alesón. 2000. *Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español/Spanish-English*. Editorial Ariel: Barcelona.
- Balboni, P. E. (1989): "La microlingua del turismo come 'fascio di microlingue'", *Microlingue e letteratura nella scuola superiore*. Brescia, La Scuola, págs. 56-61.
- Calvi, M. V. (2000). *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Viareggio: Baroni.
- Calvi, M. V. (2004): "El lenguaje del turismo en las páginas web de los paradores", *Foro hispánico: revista hispánica de Flandes y Holanda (Ejemplar dedicado a: Textos y discursos de especialidad: el español de los negocios)*, 26, págs. 61-70.

- Calvi, M. V. (2005): “El Español del turismo: problemas didácticos”, IDEAS, 1, marzo de 2005, págs. 1-7: <http://www.ideas-heilbronn.org/archivo/1/elements/artic/Calvi-turismo.pdf> (29-04-2009).
- Calvi, M. V. (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid, Arcos Libros.
- Corpas Pastor, G., J.J. Leiva Rojo y M. J. Varela Salinas (2001): “El papel del diccionario en la formación de traductores e intérpretes: análisis de necesidades y encuestas de uso”. En Ayala Castro, M. C. (coord.): *Diccionarios y enseñanza*, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares, pág. 239-273.
- Corpas Pastor, G. y M. Seghiri (2009): “Virtual corpora as documentation resources: Translating travel insurance documents (English-Spanish)”. En Beeby, A., P. Rodríguez y P. Sánchez-Gijón (eds.): *Corpus Use and Translating*. Amsterdam, John Benjamins, págs. 75–107: <http://books.google.es/books?id=gQutwqG0MAQC&printsec=frontcover&dq=%22corpus+use+and+translating%22> (29-04-2009).
- Corpas Pastor, G. y M. Seghiri (en prensa): *El concepto de representatividad en la lingüística de corpus: aproximaciones teóricas y consecuencias para la traducción*. Málaga, Universidad de Málaga.
- Cruz Cabanillas, I., G. Mancho Bares y C. Tejedor Martínez (2008): “Los anglicismos en el lenguaje del turismo: Procedimientos de formación de palabras”, *AELFE. La manga del Mar Menor (Murcia)*, Murcia, Universidad de Murcia, págs. 238-248.
- Deltoro Lenguazco, C. (2000): *Diccionario turístico Inglés-Español*. Barcelona, Laertes ediciones.
- Eurrutia Cavero, M., M. Planelles Ibáñez y M. Aragón Cobo (2006). “El lenguaje del turismo”. En Alcaraz Varó E., J. Mateo Martínez y F. Yus Ramos (coords.): *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona, Ariel, pág. 233-246.
- IPK (2005): *World Travel Market. 2005. UK & European Travel Report*. Pisa, European Travel Commission e IPK.
- Mira Rueda, C. (2009): *El discurso turístico en inglés y español: su tratamiento lexicográfico*. Tesis doctoral. Málaga, Universidad de Málaga.
- Moreno Fernández, F. (1996): “El diccionario y la enseñanza del español como lengua extranjera”, *Cuadernos Cervantes*, 11, págs. 49-58.
- Mühlbauer, H. (2004): *Standardisiertes Wörterbuch Tourismus - Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch*. Berlín, Beuth.
- Nigro, M.G. (2006): *Il linguaggio specialistico del turismo. Aspetti storici, teorici e traduttivi*. Roma, Aracne Editrice.
- Nobs, M.L. (1993): “Los textos turísticos en las clases de traducción inversa (español-alemán): reflexiones didácticas”. En Fernández-Barrientos, J.(ed.): *Actas de las Jornadas Internacionales de Lingüística Aplicada Robert J. di Pietro in memoriam Granada 11 - 15 enero 1993*. Granada: Universidad de Granada.
- Ruhstaller, S.( 2005): “Consideraciones sobre los diccionarios monolingüe y bilingüe”. En Castillo Carballo, M.A., O. Cruz Moya, J. M. García Platero y J. P. Mora Gutiérrez. (coords.): *Las gramáticas y los diccionarios en la enseñanza del español como segunda lengua, deseo y realidad. Actas del XV Congreso Internacional de ASELE, Sevilla 22-25 de septiembre de 2004*, Sevilla, Universidad de Sevilla, págs. 86-93.
- Saorín Iborra, A. M. (2003): *Las cartas de queja en el aula de inglés para turismo: implicaciones pedagógicas basadas en el uso de recursos de cortesía*. Tesis doctoral. Castellón, Universitat Jaume I.
- Seghiri, Miriam (2006): *Compilación de un corpus trilingüe de seguros turísticos (español-inglés-italiano): aspectos de evaluación, catalogación, diseño y representatividad*. Málaga, Universidad de Málaga: <http://www.sci.uma.es/bbldoc/tesisuma/16754888.pdf> (29-04-2009).
- Suau Jiménez, F. (2006): “El metadiscursio en el género ‘Promoción de Servicios y Productos Turísticos’ en inglés y español: importancia de su traducción como recurso para la persuasión del cliente”. Valencia, Universitat de Valencia, págs. 1-18: <http://www.uv.es/suau/pdf/BAIRES.pdf> (29-04-2009).
- Tricás Peckler, M. (1995): *Manual de traducción Francés Castellano*. Barcelona, Gedisa.
- Turci Domingo, Isabel (2006): “La cortesía verbal en la lengua del turismo”, *CAUCE, Revista de Filología y su Didáctica*, 26, págs. 503-516: [http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce26/cauce26\\_21.pdf](http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce26/cauce26_21.pdf) (29-04-2009).
- WTTC. (2009a): *World Travel and Tourism. The 2009 Travel & Tourism Economic Research*. Londres, World Travel & Tourism Council: [http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/exec\\_summary\\_2009.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/exec_summary_2009.pdf) (29-04-2009).



WTTC (2009b): *European Union Travel and Tourism. The 2009 Travel & Tourism Economic Research*. Londres, World Travel & Tourism Council: [http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/europeanunion.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/europeanunion.pdf) (29-04-2009).

WTTC (2009c): *Spain Travel and Tourism. The 2009 Travel & Tourism Economic Research*. Londres, World Travel & Tourism Council: [http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/spain.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/spain.pdf) (29-04-2009).

WTTC (2009d): *United Kingdom Travel and Tourism. The 2009 Travel & Tourism Economic Research*. Londres, World Travel & Tourism Council: [http://www.wttc.org/bin/pdf/original\\_pdf\\_file/unitedkingdom.pdf](http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/unitedkingdom.pdf) (29-04-2009).