



## La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología

**Maria Vittoria Calvi, Giovanna Mapelli (eds.)**

Bern: Peter Lang, 2011. 365 págs. ISBN: 978-3-0343-1011-6.

*La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología* se enmarca en la célebre serie *Linguistic Insights - Studies in Language and Communication*, que viene siendo editada por el profesor Maurizio Gotti desde hace más de una década (con un consejo asesor compuesto por varios “primeros espadas” de las lenguas para fines específicos: Crystal, Bhatia, Hyland, Flowerdew...), y que alcanza con este título un sólido número 138. El binomio en la rúbrica que encabeza el volumen compendia a la perfección el contenido de sus páginas. Partiendo de la consideración de la Lengua del Turismo (LT) como lengua de especialidad (un concepto aún relativamente reciente y no pacífico en sus orígenes, por la presencia dominante de la lengua general en ese campo), la obra se divide en dos partes, cada una de ellas dedicada a un elemento característico de la especificidad de la LT: los géneros discursivos (bloque temático al que se dedican diez capítulos) y el léxico y la terminología (que se desarrollan en los cinco capítulos finales). Los ensayos recopilados en la colección surgen del proyecto de investigación interuniversitario “Linguaturismo”, financiado por el Ministerio de Educación italiano, cuyo importante objetivo es la elaboración y estudio de un corpus textual del discurso turístico español-italiano. No obstante, el estudio contrastivo se ve completado y trascendido en momentos puntuales mediante pertinentes incursiones en otras áreas lingüístico-culturales.

La Introducción de las editoras proporciona una clara visión de conjunto de los objetivos que se marca la obra, en la que colabora un nutrido número de expertos en el tema, procedentes de diversas universidades.

La primera parte se inicia con el artículo de la prestigiosa profesora de la Universidad de Milán, MARIA VITTORIA CALVI, “Pautas de análisis para los géneros del turismo”, que aporta un modelo muy completo, consciente de las difusas fronteras entre los géneros del turismo y de los factores evolutivos de éstos, pero estableciendo la clasificación de los géneros como piedra angular de la elaboración del corpus. Recogiendo

el testigo de la investigación de Calvi, GIOVANNA MAPELLI y SARA PICCIONI ofrecen una taxonomía de textos turísticos, estudiando los factores lingüísticos y contextuales que conforman las familias de géneros y macrogéneros, y comprobando la similar distribución de géneros en italiano y español, lo que viene a corroborar la noción de la LT como lengua de especialidad. Los ocho capítulos siguientes desganan los rasgos definitorios de los géneros predominantes en el turismo, desde diversos enfoques metodológicos y con una perspectiva no sólo sincrónica, sino también diacrónica: DONELLA ANTELMi se centra en un género textual bien codificado como es la guía turística para analizar su “prediscurso” y reflexionar sobre la memoria discursiva de las guías, dentro de la dimensión cognitiva y cultural. FRANCESCA SANTULLI complementa la visión de Antelmi sobre el género de la guía como paradigma del discurso turístico, trazando su línea evolutiva y enfatizando la importancia del destinatario en este tipo de textos. JORDI CANALS y ELENA LIVERANI estudian el recurso a las citas de autoridad en los reportajes de viajero, un género periodístico que utiliza la polifonía enunciativa con la doble finalidad de dar vida a la descripción etnogeográfica y lograr una estrategia persuasiva que descarga de responsabilidad al reportero. ÁLIDA ARES caracteriza los textos de los itinerarios de viaje periodísticos a partir de las combinaciones de la deixis espacial y temporal y la modalización del discurso, destacándose los deícticos espaciales y la modalización apreciativa. ROSA MARÍA RODRÍGUEZ ABELLA pone de manifiesto el papel imparable de Internet en la comunicación turística, a partir del análisis del sitio web institucional [www.turismodecanarias.com](http://www.turismodecanarias.com), un macrogénero de naturaleza híbrida que emplea estrategias lingüísticas e icónicas de persuasión. FRANCISCA SUAÚ JIMÉNEZ ahonda en el estudio del género de la página web institucional, ofreciendo un análisis contrastivo inglés-español del metadiscurso interpersonal persuasivo que contempla el uso en ambas lenguas de realzadores, señaladamente los adjetivos calificativos, frente a otras categorías metadiscursivas como los marcadores de compromiso, más propios del inglés. Más allá, ELENA CARPI realiza una aproximación a los preámbulos de la legislación turística española para demostrar la conexión entre lenguaje e ideología: el legislador sabe prevalerse de la polifonía como instrumento para controlar y reforzar la evidencia del enunciado. Esta primera parte de la colección concluye con el capítulo de PAOLA CATENACCIO, que incide en el discurso emergente de la recalificación urbana, incardinado en la

modalidad epistémica de la certeza, para evaluar las estrategias lingüísticas del *rebranding*.

La segunda mitad de la obra, de menor extensión, se centra en el léxico y la terminología, pero sin abandonar por completo el estudio de los géneros. Dividida en cinco capítulos, se inicia con el de LUIS JAVIER SANTOS LÓPEZ, quien parte del glosario del proyecto “Linguaturismo” para aplicar el enfoque de géneros a la terminología: al colocar el término en su nivel de especialización, la marca de género textual resuelve problemas de sinonimia. Dentro, asimismo, del glosario del proyecto “Linguaturismo”, PAULA DE SANTIAGO GONZÁLEZ y ELENA LANDONE diseñan el mapa conceptual, presentando sus aplicaciones para un trabajo de corte terminológico y fraseológico. MARÍA ENRIQUETA PÉREZ VÁZQUEZ desciende al análisis pormenorizado de los verbos de percepción sensorial e intelectual en las guías y en la publicidad turística, desde una óptica sintáctica y pragmática. MARÍA DEL CARMEN NAVARRO y RENZO MIOTTI evalúan los sitios web de los lugares Patrimonio de la Humanidad, españoles e italianos, realizando un análisis comparativo de la macroestructura de sus páginas de inicio para delimitar su combinatoria preferente desde un punto de vista morfológico, en el que destaca la función dominante de la adjetivación apreciativa. JULIA SANMARTÍN SÁEZ cierra el volumen con un acercamiento comparado al léxico del español del turismo en España y América valiéndose de páginas web de promoción de hoteles de España y Chile, y apreciando como resultado más unidad que variación léxica.

*La lengua del turismo: Géneros discursivos y terminología* constituye una significativa aportación a este campo del discurso especializado, enriquecida por su buena selección de aspectos de la máxima relevancia para la LT en la actualidad, que puede abordarse tanto desde una lectura continuada –en un área de conocimiento como ésta, en la que no es demasiado frecuente encontrar estudios omnicomprendivos– como desde su consulta como material de referencia. El turismo es un ámbito dinámico y heterogéneo que demanda una constante creación de neologismos y se caracteriza por una creciente producción textual de sus géneros propios, lo que ha traído aparejada una proliferación bibliográfica que, con excesiva frecuencia, trata aspectos un tanto atomizados de una realidad mucho más compleja. Por ello, la publicación de un ambicioso estudio de conjunto como el editado por las doctoras Calvi y Mapelli desde el conocimiento y el rigor académico, es una buena noticia para todos los estudiosos de la lengua del turismo, incluso desde distintos niveles de especialización, y resulta muy recomendable para

todas aquellas personas que, partiendo ya de un buen manejo de la LT<sup>1</sup> en su ejercicio profesional o en su área de investigación, desean perfeccionar su dominio y mantenerse al día.

[Reseña recibida 21 abril 2012]

[Reseña revisada aceptada 2 junio 2012]

Reseñado por **Sonsoles Sánchez-Reyes** y **Gabriela Torregrosa**

Universidad de Salamanca (España)

sreyesp@usal.es y gabriela.torregrosa@usal.es