

Reseñas de publicaciones

El discurso del turismo.

Aspectos lingüísticos y variedades textuales

Liverani, Elena y Canals, Jordi (eds.), Tangram Edizioni Scientifiche, Trento, 2011.

ISBN: 978-88-6458-029-6

Mariano Belenguer Jané

mbj@us.es

El mundo de los viajes ha generado a lo largo de la historia de la humanidad multitud de textos extraordinariamente heterogéneos en contenidos, formas e intenciones. La semántica, la morfología y la pragmática de los relatos de viajes se combinan logrando ricas hibridaciones y diferentes discursos que se han ido modificando a lo largo de los siglos.

Hoy, en la sociedad tan compleja y mercantilizada en la que vivimos, la construcción de los universos viajeros se inserta dentro de una potente industria turística que, por lo general desvirtúa, camufla o fabrica realidades (o ficciones) bajo sutiles y estudiadas textualizaciones encaminadas, la mayoría de las veces, hacia la persuasión.

La proliferación de diferentes estructuras textuales, géneros y soportes que hoy se utilizan en torno a los viajes (es más realista decir turismo, aunque yo me resista) hace extraordinariamente oportuna la aparición de este libro coordinado por los lingüistas Elena Liverani y Jordi Canals. Los textos de viajes son en la actualidad todavía más heterogéneos y su proliferación hace que su estudio sea casi inabarcable. Guías turísticas, catálogos, reportajes de viajes, webs y blogs de viajes... se convierten en el objeto de estudio de conjunto de autores expertos reunidos en este trabajo colectivo. Utilizando el análisis del discurso como herramienta y metodología de trabajo son capaces de desentrañar el léxico, las retóricas, las estrategias y recursos que estos productos utilizan con mayor o menor eficacia.

Para comprender mejor el extraordinario trabajo realizado por los autores que han contribuido a la elaboración de este volumen, hay que insertarlo dentro de su contexto. Y este no es otro que la labor desarrollada, desde hace ya unos años, por los componentes del grupo de investigación *Linguaturismo* bajo el marco del Proyecto de Relevante Interés Nacional (PRIN) y que lleva por título: *El Lenguaje de la comunicación turística español-italiano. Aspectos léxicos, pragmáticos e interculturales*. En este proyecto participan investigadores de tres universidades: la Università degli Studi di Milano, la Università di Bologna y la Università degli Studi di Trento. Los trabajos publicados hasta la fecha por los integrantes y colaboradores de este equipo suponen un importante avance en la investigación sobre el discurso del turismo.

Volviendo a la obra concreta que nos atañe, ésta centra sus investigaciones – a través de diez capítulos – en dos ámbitos fundamentales: el análisis del léxico y las modalidades discursivas a través de los medios de edición más clásicos como el caso de las guías, reportajes de viajes o los anuncios publicitarios; y a través

de los productos web, cuyos géneros y tipologías están todavía por definir. También, y no menos importante, dedica algunos capítulos a la investigación sobre la didáctica de los lenguajes y la traducción dentro del ámbito del lenguaje del turismo.

En conclusión, una obra rigurosa, novedosa e indispensable que es capaz de desentrañar, desde las estrategias más sutiles que utiliza el lenguaje publicitario, hasta aquellos recursos lingüísticos que todavía rememoran y recuerdan que un día los relatos de viajes caminaron de la mano de la literatura. Un libro que no sólo proporciona conclusiones, sino que abre el terreno y sugiere nuevas investigaciones.

Sobre la edición quiero señalar que los capítulos de este ensayo se presentan indistintamente en italiano y en castellano, según la lengua del autor. A pesar de la facilidad de lectura de la lengua italiana para el hispanohablante y viceversa, se agradecería una edición bilingüe de todos sus capítulos o una doble edición en ambas lenguas.



Recibido: 29/1/2012
 Reenviado: 19/2/2012
 Aceptado: Sometido a evaluación por pares anónimos