

El léxico de la gestión turística en lengua francesa en el *Diccionario Multilingue de Turismo*: análisis contrastivo con la lengua inglesa

M^a Elena Baynat Monreal

Universidad de Valencia

IULMA

Melena.Baynat@uv.es

Resumen

Para esta investigación hemos recopilado unidades léxicas provenientes de un corpus comparable de aproximadamente tres millones de palabras en inglés, español y francés obtenido de páginas web privadas de alojamientos turísticos. Dicho corpus contiene unidades relacionadas con alojamientos, instalaciones y servicios así como gestión hotelera y conforman las entradas del *Diccionario Multilingue de Turismo*. En este artículo estudiaremos el léxico de la gestión hotelera en lengua francesa del diccionario: unidades simples y compuestas. Seguidamente, analizaremos algunas diferencias entre francés e inglés así como soluciones adoptadas para hallar equivalentes de las unidades seleccionadas.

Palabras clave: Lingüística de corpus. E-turismo. Lexicología. Traducción. Lengua francesa. Lengua inglesa.

Abstract

For this research study we identified lexical units from a comparable corpus of approximately three million words in English, Spanish and French, taken web pages for private lodgings and accommodations. This corpus has lexical units related to hotel accommodations, services, facilities and management; these units constitute the entries of the Multilingual Dictionary of Tourism. In this article, we will focus our study on the lexical field of hotel management in French of the dictionary: simple and compound nouns. After, we'll analyse some differences between the two languages and the solution taken for finding specific equivalents of chosen units in English.

Key words: Corpus linguistics. E-Tourism. Lexicology. Translation. French. English.

Résumé

Pour cette recherche nous avons répertorié des unités lexicales issues d'un corpus comparable d'environ trois millions de mots en anglais, espagnol et français obtenu de sites web privés d'hébergements touristiques. Celui-ci contient des unités concernant l'hébergement, les installations et les services ainsi que la gestion hôtelière et elles conforment les entrées du *Dictionnaire Plurilingue de Tourisme*. Dans cet article nous étudierons le lexique de la gestion hôtelière du dictionnaire en français: unités simples et composées. Ensuite, nous analyserons quelques différences entre le français et l'anglais ainsi que des solutions adoptées pour trouver des équivalents des unités retenues.

Mots clé: Linguistique de corpus. E-tourisme. Lexicologie. Traduction. Langues française. Langue anglaise.

0. Introducción

Nadie duda hoy en día de que Internet ha revolucionado el lenguaje y la comunicación así como los géneros discursivos y las herramientas generadas o usadas por los hablantes de las diferentes lenguas. Los alojamientos turísticos necesitan promocionarse y gestionarse *online* si quieren ser competitivos, de modo que las páginas web comerciales de los establecimientos hoteleros toman un protagonismo cada vez mayor y se hace necesario un análisis léxico del nuevo género discursivo que las caracteriza, un género que no cesa de evolucionar.

Para llevar a cabo esta investigación¹, partimos de un corpus comparable de aproximadamente tres millones de palabras en español, inglés y francés recopilado a partir de páginas web privadas de alojamientos turísticos y albergado en la base de datos COMETVAL. Dicho producto lexicográfico se ha enmarcado en el proyecto de investigación igualmente denominado COMETVAL (López y Baynat, 2011), cuyo principal fruto ha sido la creación del *Diccionario Multilingüe de Turismo* (Sanmartín y González, 2011; Baynat, López, El Imrani e Ibaidi, 2012)².

Aunque el corpus citado contenga unidades léxicas de varios campos semánticos³, para delimitar y ejemplificar nuestro estudio, en este artículo, seleccionaremos y analizaremos únicamente el léxico de la gestión hotelera incluido en el citado diccionario. En efecto, consideramos que dicho ámbito lexicológico es fundamental en la promoción y reserva *online* de los alojamientos.

¹ Trabajo realizado con la ayuda del proyecto *COMETVAL: Análisis léxico y discursivo de corpus paralelos y comparables (español, inglés y francés) de páginas electrónicas de promoción turística*, concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad (FFI2011-24712).

² El *Diccionario Multilingüe de Turismo* no es el único fruto del equipo de investigación, que también ha publicado, recientemente, por ejemplo, una *Guía de buenas prácticas discursivas* en la que se proponen estrategias lingüísticas para la promoción turística en la red (Baynat *et al.*, 2016).

³ En el corpus se distinguen cuatro grandes campos temáticos: alojamientos, instalaciones, servicios y gestión.

Tras una breve introducción teórica sobre el estado actual de las investigaciones a propósito de la lexicología y la fraseología, así como la clarificación de algunos conceptos teóricos, como la definición de “compuesto” y “colocación”, nos centraremos en el apasionante mundo de los diccionarios de especialidad, concretamente en el campo del turismo, y presentaremos el *Diccionario Multilingüe de Turismo*. Posteriormente, partiendo de ejemplos concretos del ámbito de la gestión de dicho diccionario en lengua francesa –diferenciaremos entre unidades simples y compuestas– analizaremos algunas colocaciones y observaremos diferencias cuantitativas y cualitativas con las entradas del mismo ámbito en lengua inglesa. Destacaremos, igualmente, algunos casos concretos de equivalencias complejas entre ambas lenguas y describiremos las opciones de traducción propuestas en el citado diccionario. El objetivo final es analizar el complejo proceso de creación de diccionarios multilingües, concretamente, la selección de equivalentes, así como proponer posibles soluciones de traducción para algunos casos conflictivos.

Esperamos que esta investigación pueda ser útil para mejorar las traducciones de páginas web comerciales de promoción turística de modo que estas sean más coherentes y efectivas.

1. Lexicología, fraseología, compuestos y colocaciones

Hoy en día sigue existiendo una gran controversia para definir los límites y ubicación de la fraseología, una disciplina lingüística relativamente reciente. Aunque el término fue creado en 1905 por Bally, no se consideró como disciplina de pleno derecho hasta mediados del siglo XX, cuando Vinogradov estableció sus principios y clarificó sus conceptos fundamentales (González, 2006: 2). Algunos autores la consideran una subdisciplina de la lexicología (Corpas Pastor, 1996: 269); sin embargo, otros piensan que podría clasificarse como una disciplina independiente (Skolnikova, 2010: 7), pudiendo ser ubicada al mismo nivel que la lexicología, la morfología y la sintaxis (González, 2006: 2).

Según Skolnikova (2010: 11), actualmente la fraseología es una disciplina interdisciplinar que estudia “las combinaciones fijas de palabras cooperando con otras disciplinas lingüísticas como la lexicología, la sintaxis, la psicología, la historia, la sociolingüística, etc. Ya no está excluida del ámbito lingüístico sino que se concibe como convergencia de diversas disciplinas”.

En cualquier caso, todos coinciden en su objetivo de estudio, puesto que la gran mayoría acepta la definición de Corpas Pastor (1996), quien considera la fraseología como “la disciplina que estudia las combinaciones de palabras o unidades fraseológicas de las lenguas”. La autora distingue, además, entre “tres grandes bloques de la investigación fraseológica”, tres posturas que nos interesan porque influyen en el enfoque dado a la creación de diccionarios y en la aparición o ausencia de ciertas colocaciones como entradas de estos. En primer lugar, el bloque oriental, que opta por una

concepción más amplia de la fraseología basada en el “estudio de las propiedades combinatorias de las palabras”. En segundo lugar, el bloque occidental que se fundamenta en una “concepción restringida de la fraseología”, basada únicamente en “unidades fraseológicas fijas e idiomáticas”, restringiendo la inclusión de las colocaciones. Y, en tercer y último lugar, el bloque anglo-germánico, más excluyente, que sitúa las colocaciones totalmente al margen o al límite de la fraseología. Sin embargo, con el tiempo, estas tres posturas se han ido acercando cada vez más en beneficio de la consolidación de la disciplina (Corpas Pastor, 1996: 170).

La siguiente cuestión teórica previa que se plantea es la de la clasificación y delimitación de las distintas unidades fraseológicas, pues, como afirma Skolnikova (2010: 12), “no puede establecerse una frontera fija entre distintos tipos de unidades fraseológicas”. Lo que sí parece claro es que las principales características de cualquier unidad fraseológica son la combinación de unidades y la fijación “esta última desdoblada en dos rasgos: el de la fijación formal y el de la fijación semántica o idiomática” (Penadés, 1999:15).

Según Corpas Pastor, las unidades fraseológicas se dividen en dos grandes bloques: el primero, en el que se ubican las unidades que no constituyen actos de habla ni enunciados y equivalen a sintagmas, es decir, las colocaciones y la locuciones; el segundo, en el que las unidades están fijadas en el habla y constituyen actos de habla donde hallaríamos los enunciados fraseológicos (Corpas Pastor, 1996: 32-52).

En consecuencia, en la actualidad, los compuestos y las colocaciones son considerados mayoritariamente como “un tipo más de unidad fraseológica” (Corpas Pastor, 2001: 91).

Algunos autores consideran que la distinción entre compuestos o unidades léxicas complejas no fraseológicas y colocaciones es bastante compleja, principalmente porque existen dos puntos de vista para resolver la problemática: lexicográfico y fraseológico. Skolnikova (2010: 35) concluye que “la tipicidad en la relación entre los componentes de una combinación es un rasgo determinante que pueda deslindar la unidad compleja no fraseológica de la colocación”. Aunque, como afirman Tuttin y Grossmann (2002: 12) al referirse a la diferencia entre expresiones libres y fijas, no se puede hablar de oposiciones claras, sino más bien de grados de fijación.

Finalmente, añadiremos que, tal y como concretan Tuttin y Grossmann (2002: 5), se entiende como colocación la asociación de dos lexemas en base a relaciones sintácticas:

Une collocation est l'association d'une lexie (mot simple ou phrasème) L et d'un constituant C (généralement une lexie, mais parfois un syntagme par exemple à couper au couteau dans un brouillard à couper au couteau) entretenant une relation syntaxique [...].

En consecuencia, una colocación funciona como una frase, puesto que existe una relación sintáctica entre sus unidades, mientras que, por oposición, un compuesto es una unidad lexicalizada que no puede sufrir este tipo de relaciones entre sus componentes: “compounds are not accesible to syntactic operations, i.e., they display lexical integrity” (Kotowski, Boër y Härlt, 2012: 5). En efecto, las colocaciones, también llamadas semi-frasemas (Alonso, 1994-95: 25), no son consideradas palabras, sino agrupaciones de palabras cuyo significado “puede deducirse de la suma de sus componentes” y en las que el colocativo depende de su base, lo que las diferencia de las combinaciones libres o unidades compuestas. Tal y como apuntan Moreno y Buyse (2003: 1), una colocación se distingue de una combinación libre en que en esta última “la coaparición de los lexemas es fruto de la casualidad, no es típica, tiene un significado completamente finito y menos restricciones combinatorias, y, finalmente, no consta en la conciencia de los hablantes como conglomerado”. Koiijke (2001: 30) añade que las combinaciones libres “no se producen con una frecuencia estable de coocurrencia y poseen un bajo grado de restricción combinatoria”.

Moreno y Buyse (2003: 1) concluyen que los “rasgos prototípicos de las colocaciones” son “la coocurrencia significativamente frecuente de dos lexemas [...] la relación típica entre sus componentes [...] cierta flexibilidad formal [...] su significado literal [...] su composicionalidad y transparencia semántica”. En este sentido, los compuestos funcionan de un modo similar, aunque parecen tener menos flexibilidad formal, su significado no suele ser literal y no son composicionales.

Según Corpas Pastor (2001: 91), las colocaciones son “unidades fraseológicas de pleno derecho” porque se caracterizan por los siguientes rasgos:

- polilexicalidad o pluriverbalidad: es decir, que están formadas por dos palabras como mínimo;
- alta frecuencia de aparición o coaparición;
- institucionalización o familiarización en su uso, es decir, estabilización;
- estabilidad (fijación y especialización semántica);
- idiomacidad: “la colocación es empleada en un marco cognitivo no habitual, se idiomatiza y adquiere un significado propio unitario y figurativo”;
- variación: la colocación puede sufrir modificaciones debido a variantes lingüísticas o a la propia manipulación discursiva, como por ejemplo, variantes sinonímicas o diatópicas.

Aunque muchos de estos rasgos podrían caracterizar también a los compuestos. En efecto, a medida que avanzamos en la delimitación del concepto de colocación y analizamos las definiciones o características que le otorgan unos autores u otros, se van desdibujando progresivamente las fronteras entre esta y los compuestos, intensificándose las interferencias entre ambos. Como unidades fraseológicas que son, hermanas de sangre, colocaciones y compuestos comparten muchas características

comunes. Los únicos parámetros claros diferenciadores son que los compuestos funcionan como unidades autónomas y estables, son menos flexibles, menos interpretables, sus componentes no mantienen relaciones de dependencia sintáctica ni son intercambiables entre ellos. Además, su significado es único y se compone de la suma de los significados de sus partes, mientras que las colocaciones son equiparables a sintagmas o frases en los que sus componentes mantienen una relación de dependencia sintáctica. A saber, la base (A) de la colocación, que presenta autonomía semántica, determina la elección del colocado (B) quien, a su vez, puede intercambiarse por otros colocados añadiendo matices semánticos a la base, normalmente de carácter abstracto o ilustrativo (Skolnikova, 2010: 17-22). Esto último no ocurre con los compuestos.

Concluyendo, la fraseología, independientemente de que sea considerada una subdisciplina de la lexicología o una disciplina independiente y complementaria a esta, es el punto de partida del presente artículo. Nuestro centro de interés es el análisis del léxico de la gestión hotelera, tanto unidades fraseológicas simples como compuestas. Como hemos observado, las diferencias y los límites entre compuestos y colocaciones no son estables y su carácter gradual difumina, a menudo, sus fronteras, hecho que dificulta nuestra investigación. Ambos son elementos claves de nuestro corpus de estudio puesto que muchas entradas del diccionario en el que nos basamos son o contienen compuestos y colocaciones.

Pero, antes de entrar en materia, para contextualizar mejor esta investigación, consideramos necesario realizar una breve presentación de la situación actual de los diccionarios especializados en turismo, seguida de la descripción del *Diccionario Multilingüe de Turismo* del que hemos obtenido el subcorpus de gestión hotelera en lengua francesa e inglesa que nos ha servido de base para nuestro análisis. Tras ello, presentaremos el corpus de estudio y sus orígenes.

2. Diccionarios especializados en turismo en lengua francesa

En la última década, los diccionarios especializados en el dominio del turismo han ido proliferando de modo significativo. Nos detendremos en señalar únicamente algunos de los más representativos, muchos de ellos seleccionados en este breve listado por incluir la lengua francesa.

Entre los años 2000 y 2011, hallamos varios diccionarios bilingües o plurilingües especializados en este campo que incluyen entradas en francés, publicados en papel o en formato electrónico. En primer lugar citaremos dos diccionarios bilingües (francés–español): *Les mots clé du Tourisme et de l'Hôtellerie* (Duvillier, 2007) y el *Diccionario de Términos de Turismo* (Planelles, Aragón, Eurrutia y Ruiz, 2009).

Destacamos, igualmente, dos diccionarios bilingües francés–inglés: *Le Dictionnaire pour voyageurs et touristes* (Gourseau, 2008) y *Les mots-clés du tourisme et de l'Hôtellerie* (Rouanet-Laplace, 2008).

Además, un diccionario trilingüe en línea interesante es el *Thesaurus Multilingue (français, anglais, espagnol) du tourisme et des loisirs* (OMT, 2011). También podemos encontrar el *Glossaire des hébergements touristiques* (ODIT, 2006).

Para finalizar con este rápido vistazo añadiremos que algunos diccionarios generales y técnicos bilingües o plurilingües incluyen términos turísticos, como, por ejemplo, *Le Grand Dictionnaire Terminologique (Office de la langue française du Québec)* o el *Dictionnaire Larousse.com*⁴.

Aunque no contenga la lengua francesa, nombramos, como referente también para los francesistas, el conocido *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (inglés-español, *Spanish-English*) de Alcaraz.

3. Presentación del *Diccionario Multilingüe de Turismo*

El *Diccionario Multilingüe de Turismo*, publicado en 2014, es un diccionario de lenguaje semi-técnico (Gómez y Vargas-Sierra, 2004), basado en el uso real y divulgativo del discurso en la web. Es decir, trazando un trayecto que parte del experto y se dirige directamente al consumidor, al usuario real. Se ha concebido la organización de sus entradas de modo que tomen valor desde la perspectiva del usuario como codificador, como potencial aprendiz del uso de esa lengua. En consecuencia, podría clasificarse como un diccionario de codificación cuyo principal objetivo es ayudar al usuario a comprender la utilización de la lengua de la promoción hotelera⁵ en su contexto de uso (Fuster-Márquez, 2014). Como veremos, aunque no sea un diccionario fraseológico sí que está compuesto de entradas simples y compuestas, contiene ejemplos de colocaciones frecuentes e incluso contempla algunas colocaciones como entradas independientes.

Esta obra lexicográfica participa de los dos enfoques o corrientes seguidos en la creación de diccionarios que distingue Corpas Pastor (2001: 91) –estadístico y semántico–, puesto que se basa en un corpus y en la frecuencia de sus unidades léxicas, pero tiene en cuenta también el comportamiento de estas unidades en su contexto de uso.

En definitiva, para su creación se ha partido de un corpus general comparable trilingüe de aproximadamente tres millones de palabras (un millón en cada lengua), llamado COMETVAL, proyecto en el que se enmarca. Este diccionario ha sido elaborado a partir de textos (en versión original y sus traducciones) extraídos de páginas web de alojamientos de países europeos y americanos: básicamente hoteles, pero también alojamientos rurales diversos (en francés: *chambres d'hôtes*, *gîtes* y *auberges*) y cam-

⁴ Para más información sobre los diccionarios citados, remitimos a Baynat et al., 2012).

⁵ En esta primera fase se ha seleccionado únicamente léxico de alojamientos (más concretamente la promoción hotelera) pero, más adelante, se espera ir completando el diccionario con otros campos léxicos del turismo.

pings⁶. Como se explica en su introducción, la obra se ha fundamentado en la observación y análisis tanto cuantitativo como cualitativo de las palabras del corpus de estudio:

La selección de las voces en las entradas se ha llevado a cabo a partir de la atenta observación de los corpus en versión original, teniendo presente la frecuencia de las voces y su importancia en el ámbito léxico (Artusi *et al.*, 2014).

Explicaremos brevemente los pasos seguidos para la creación del diccionario. Inicialmente, por medio del programa *Filemaker Pro*, se elaboró una primera base de datos trilingüe (llamada también COMETVAL) que incluía los textos de las páginas web comerciales de alojamientos seleccionadas. A continuación, se seleccionaron los términos más relevantes en cada lengua mediante el programa de concordancias *Antconc 3.4.1*⁷. Posteriormente, basándose en subcampos léxicos, se creó un primer listado de entradas frecuentes y pertinentes en cada una de las tres lenguas. Y, finalmente, utilizando un programa informático de gestión lexicológica y lexicográfica de elaboración propia del equipo, se redactaron las entradas del diccionario (todas ellas enlazadas entre sí por hipervínculos internos). La última herramienta citada es un programa privado creado, a medida, por un especialista en tecnología para mejorar la gestión lexicológica de los investigadores del equipo, proporcionándoles unas fichas de análisis. Dicho programa es, a su vez, una aplicación lexicográfica que recoge los resultados de estas fichas adaptándolas y convirtiéndolas directamente en entradas de la interfaz del diccionario.

Mostramos, a continuación, en varias capturas de pantalla, un ejemplo de las fichas de análisis previas que fueron la base de las posteriores entradas definitivas:

⁶ Los alojamientos rurales y los campings son fundamentales en el caso de la lengua francesa, por el gran interés que suscita este tipo de alojamientos entre la población francófona.

⁷ Programa creado por Laurence Anthony en 2013, descargable gratuitamente en el sitio web del autor: <http://www.laurenceanthony.net/software.html> (última visita: 27/10/2015).

Gestion des entrées du GLOSSAIRE PLURILINGUE

María Elena Baynat
[María Elena Baynat] (modificando)

Terme ou phrase

Exemple

Source

Terme simple

Marques

grammaire Géographique Thématique

n.f. (gestion)

Définition

Définition

Information complémentaire

Dictionnaires

Normes

Source des Normes

Formation

Formation

Cooccurrences

Cooccurrence 1

Exemple cooccurrence 1

Source coocurrence 1	www.chantducoq.com
Coocurrence 2	en cas d'annulation
Exemple coocurrence 2	Le montant engagé n'est pas remboursable, même en cas d'annulation ou de modification.
Source coocurrence 2	www.hoteldelacite.fr
Coocurrence 3	annulation sans frais
Exemple coocurrence 3	Annulation sans frais pour toute réservation d'une nuit annulée la veille avant 18h00. Au-delà d'une nuit, annulation sans frais , 48h avant l'arrivée. Sinon facturation de la première nuit.
Source coocurrence 3	www.hotel-stferreol.com
Composés	
Composés	assurance annulation. conditions d'annulation. politique
Synonymes	
Synonymes	cancellation <input type="button" value="busca enlaces"/>
Termes apparentés	
Termes apparentés	annuler, politique d'annulation, assurance annulation, réserver, réservation <input type="button" value="busca enlaces"/>
equivalentes	
Équivalent en espagnol	anulación, cancelación <input type="button" value="busca enlaces"/>
Équivalent en anglais	cancellation <input type="button" value="busca enlaces"/>
Équivalent en italien	<input type="button" value="busca enlaces"/>
Équivalent en arabe	<input type="button" value="busca enlaces"/>
Observations	
Observations	<input type="text"/>
Notes	
Notes	<input type="text"/>
<input type="button" value="Sauvegarder les changements"/> <input type="button" value="Nouvelle entrée"/> <input type="button" value="Effacer l'entrée"/>	

Ilustración nº 1: ejemplo de ficha del término *annulation*

Como se observa en la ilustración nº 1, gracias a estas fichas, cada término o grupo de términos puede ser analizado en profundidad, estudiando su comportamiento en contexto, es decir, partiendo de su observación en los ejemplos del corpus, tanto en su funcionamiento discursivo como en sus relaciones sintagmáticas y semánticas más habituales.

La información rellena en las fichas del programa informático es más amplia que la que este último selecciona y descarga automáticamente en las entradas definitivas de la obra. Algunos apartados de estas fichas que no son recuperados en las entradas –las definiciones de la palabra en otros diccionarios, las normativas, anotaciones de los investigadores sobre variedades geolectales, frecuencias u otros aspectos morfosintácticos– han sido, sin embargo, útiles para otras investigaciones del equipo. Gracias al uso de esta útil herramienta tecnológica, el proceso de creación de las entradas del diccionario ha sido más rápido y eficaz. Otra ventaja de su uso es la posibilidad de retroalimentación continuada que ofrece el programa, puesto que las entradas pueden ser modificadas o actualizadas en cualquier momento.

En la ilustración nº 2 se puede ver la interfaz del diccionario multilingüe tal y como aparece visible en Internet. Aunque, por defecto, sale la lengua inglesa como idioma de búsqueda, a modo de ejemplo, hemos seleccionado *remboursable*, una entrada en lengua francesa elegida al azar dentro del campo léxico de la gestión:

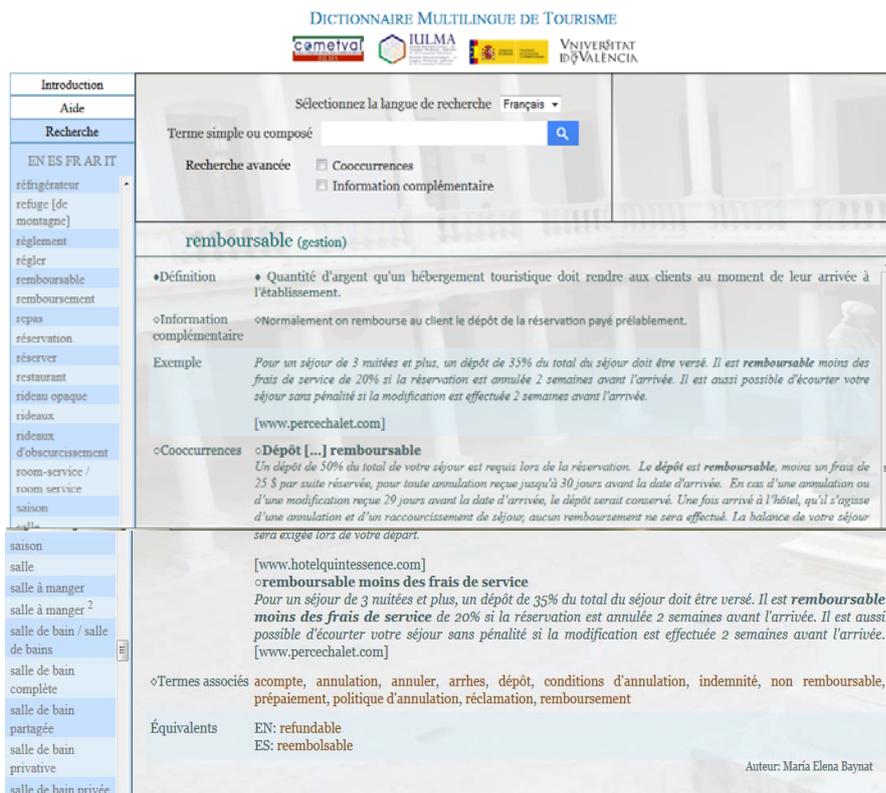


Ilustración nº 2: interfaz en lengua francesa del DMT (<http://tourismdictio.uv.es/glosario.php>)

Como se puede observar en la ilustración precedente, al tratarse de un diccionario *online*, se dispone de una gran interactividad en las entradas, hecho fundamental para aportar originalidad, funcionalidad y agilidad a la herramienta lexicográfica. Esta flexibilidad ha ayudado a mejorar tanto el trabajo de los investigadores en la creación del diccionario como el resultado final de este, puesto que ha permitido obtener entradas visualmente más atractivas y que ofrecen una mayor y más variada información así como un gran dinamismo e interconexión (enlaces internos). Por ejemplo, en el caso de la entrada *remboursable* (ilustración nº 2) todos los términos asociados y los equivalentes (destacados en marrón) son hipervínculos propios del diccionario y clicando sobre ellos se enlaza directamente con la entrada de esos términos, también definidos en el diccionario.

Otro de los aspectos innovadores de este diccionario, favorecido también por el uso de herramientas digitales para su creación, es la inclusión de entradas compuestas. Así se explica en su introducción:

En el corpus de referencia se han determinado las combinaciones sintagmáticas o coocurrencias relevantes en el uso, de modo que cada una de las entradas, normalmente un vocablo simple o un compuesto, en el *Diccionario Multilingüe de Turismo* lleva adheridas combinaciones que son significativas por su frecuencia de uso en establecimientos de alojamiento turístico[...]Estas combinaciones, con sus respectivos ejemplos textuales se han incorporado al diccionario, así como el enlace principal de procedencia. Además, algunas de estas combinaciones sintagmáticas se han clasificado como compuestos al considerar que constituyen unidades denominativas (Artusi *et al.*, 2014).

Mira (2008), que observa que hay una gran escasez de obras lexicográficas multilingües sobre turismo, insiste en la importancia de crear nuevos diccionarios cada vez más completos que incluyan entradas más amplias que las palabras simples, tal y como deberían ser contempladas en cualquier repertorio lexicográfico actual:

Siempre ha existido dentro de la práctica lexicográfica, un vivo interés por dar cabida a unidades más amplias que la palabra [...] estas, si funcionalmente equivalen a una palabra, deberían tener el mismo status que el resto de entradas (Mira, 2008: 259).

Concluyendo, esta primera versión del *Diccionario Multilingüe de Turismo* trata de ofrecer una panorámica general del léxico empleado actualmente en las páginas web comerciales de promoción hotelera presentando las entradas de un modo moderno, interactivo y global. En efecto, tiene en cuenta tanto unidades fraseológicas simples como compuestas y ofrece al usuario entradas muy amplias que contienen información complementaria, poco frecuente en otros diccionarios, tales como: colo-

caciones, términos relacionados o sinónimos. Estos últimos son, a su vez, entradas independientes del diccionario a las que se puede acceder a través de hipervínculos.

4. El sub-corpus de gestión hotelera en lengua francesa

4.1. Presentación y descripción del subcorpus de gestión: unidades simples y compuestas

Como comenta Calvi cuando propone su clasificación de los géneros discursivos en la lengua del turismo, el sector turístico es enormemente pluridisciplinar y, por ello, para analizar los tipos de discursos que incluye se debe tener en cuenta la importación de otros géneros procedentes de diversos ámbitos, principalmente el de la economía y el comercio. Estamos de acuerdo con la citada investigadora (Calvi, 2009: 9-32) en que el ámbito de la gestión toma gran importancia en el discurso turístico y aporta, a su vez, en muchas ocasiones, vocabulario fundamental para determinar la lexicografía especializada de este amplio sector. Por ello hemos decidido analizar el léxico de la gestión en el ámbito de los alojamientos: el que hemos llamado subcorpus de gestión.

Este último, compuesto de 132 unidades léxicas (simples y compuestas) en lengua francesa, ha sido extraído de las entradas del campo semántico de la gestión del recién descrito *Diccionario Multilingüe de Turismo*, que, a su vez, se ha creado a partir del corpus COMETVAL ya presentado en el capítulo anterior.

Entre las unidades simples del citado subcorpus, seleccionado principalmente por criterios de frecuencia y semánticos, destacamos su carácter mayormente nominal. Está formado por 58 sustantivos (*voucher, devis, demande, disponibilité, réservation, annulation, pourboire*, etc.), 10 verbos (*réserver, annuler, payer, régler*, etc.) y únicamente 3 adjetivos (*remboursable, gratuit, environnemental*).

Se ha comprobado que el lenguaje de especialidad contiene un alto grado de frecuencia de unidades fraseológicas compuestas, entre las que destacan las colocaciones. Como comenta Corpas Pastor (2001: 95), estas últimas son frecuentes de los lenguajes de especialidad:

Los estudios sobre los lenguajes de especialidad ha puesto de relieve la importancia de las colocaciones como elementos caracterizadores de un registro determinado [...] La “banalización terminológica” propia de la comunicación semi-especializada y divulgativa, no invalida, sin embargo, lo dicho, pues su punto de partida es, precisamente el discurso especializado.

Así se refleja en la relevancia numérica de las entradas compuestas sobre gestión seleccionadas en el diccionario (61) que son también de carácter mayoritariamente nominal. Se cuentan 59 sustantivos compuestos (*fiche technique, formulaire de réservation, numéro de confirmation, planning tarifaire, arrivée tardive*, etc.), un solo verbo (*effectuer la réservation*) y un único adjetivo (*non remboursable*).

En cuanto a la composición de estas 61 unidades compuestas debemos clasificarlas en nueve categorías gramaticales, de entre dos y cinco elementos, que mostramos a continuación (ilustración nº 3), ordenadas de mayor a menor frecuencia:

CATEGORÍA GRAMATICAL	UNIDADES COMPUESTAS
<i>Sust. +prep. +sust.</i>	<i>formulaire de réservation, formulaire de contact, livre d'or, carte de fidélité, livre d'or, bon de réservation, numéro de réservation, politique de garantie, politique de réservation, numéro de confirmation, code d'accès, programme de fidélisation, plan de fidélité, protection de données, politique d'annulation, politique de cancellation, conditions d'annulation, changement sans préavis, modalités de paiement, modes de paiement, moyens de paiement, conditions de vente, politique de confidentialité, nuit d'hébergement, période d'ouverture, période de fermeture</i>
<i>Sust. +adj.</i>	<i>fiche technique, coupon promotionnel, code promotionnel, code promo, mentions légales, conditions tarifaires, arrivée tardive, départ précipité, départ avancé, départ anticipé, départ tardif, départ différé, départ rapide, départ express, pension complète</i>
<i>Sust+sust.</i>	<i>assurance annulation, carte-cadeau, chèque-cadeau, coupon rabais, service clientèle, demi-pension</i>
<i>Neg. +adj.</i>	<i>non remboursable, non présentation</i>
<i>Verb+prep.</i>	<i>check-in, check-out</i>
<i>Sust. +prep. +sust. +prep. +sust</i>	<i>formulaire de demande d'information</i>
<i>Verb. +art. +sust.</i>	<i>effectuer la réservation</i>
<i>Sust+prep. +sust+adj.</i>	<i>politique de développement durable</i>
<i>Adv. +verb.</i>	<i>tout inclus</i>

Ilustración nº 3: composición de las unidades compuestas del sub-corpus de gestión

La estructura más frecuente de los compuestos es la formada por dos sustantivos unidos por una preposición (27 unidades), seguida de un sustantivo calificado por un adjetivo (16); a continuación hay 6 compuestos formados por dos sustantivos (con o sin unir por guion) y 2 de partícula negativa seguida de adjetivo o de verbo más preposición (ambas préstamos del inglés). Las demás estructuras son más inusuales: negación y adjetivo; verbo más preposición; sustantivo, adverbio y verbo; verbo, artículo y sustantivo; sustantivo seguido preposición y de otro sustantivo a su vez calificado por un adjetivo (ilustración nº 3).

Para analizar mejor el léxico de la gestión hallado, lo hemos clasificado, a su vez, por sub-áreas temáticas, de modo que se han obtenido 12 bloques temáticos que citaremos a continuación, especificando que unidades simples y compuestas hemos incluido en cada bloque. Como ya hemos visto, aunque no por bloques, en números globales hay casi igualdad de presencia de unidades simples y compuestas (71 frente a 61):

- I. Documentación. En este apartado se han recopilado todos los documentos escritos a los que hacen referencia las páginas web de alojamientos:
 - Unidades simples: *voucher*.
 - Unidades compuestas : *fiche technique, formulaire de réservation, formulaire de contact, formulaire de demande d'information, assurance annulation, livre d'or, carte-cadeau, chèque-cadeau, coupon promotionnel, carte de fidélité, coupon rabais, livre d'or*.
- II. Gestión de reservas. Se han reunido, en esta sección, todos los términos relacionados con la gestión de las reservas, tanto petición de información y presupuestos como realización o confirmación de la reserva:
 - Unidades simples: *devis, arrhes / dépôt / acompte / prépaiement⁸, demande, disponible, disponibilité, réserver, réservation, annulation / cancellation, pénalité, annuler, réclamation, remboursable*.
 - Unidades compuestas: *bon de réservation, numéro de réservation, effectuer la réservation, politique de garantie, conditions de réservation, politique de réservation, numéro de confirmation, code d'accès, code promotionnel / code promo, programme de fidélisation, plan de fidélité, protection de données, politique d'annulation / politique de cancellation / conditions d'annulation, non remboursable, changement sans préavis, mentions légales*.
- III. Facturación y pagos. En este bloque se reagrupan los términos referentes al pago de los servicios ofrecidos:
 - Unidades simples: *paiement / règlement, payer / régler, coût / montant, frais, prix, tarif, tarification, facturation, reçu, taxe, supplément, remboursement, pourboire*.
 - Unidades compuestas: *modalités de paiement / modes de paiement / moyens de paiement, conditions tarifaires, liste des prix / planning tarifaire, conditions de vente*.
- IV. Tarifas, promociones y ofertas. Aunque también esté relacionado con los pagos se ha diferenciado en un bloque independiente lo que son tarifas, ofertas y promociones propuestas por las páginas web para atraer a la clientela:
 - Unidades simples: *forfait / formule / package, escapade, promotion / promo, gratuit*.
 - Unidades compuestas: Ø.
- V. Tipos de clientes:
 - Unidades simples: *clientèle, client, hôte, s'héberger*.
 - Unidades compuestas: Ø.

⁸ Recordamos que cuando hay varios sinónimos (los separamos en el cuadro con una barra), estos están interrelacionados por hipervínculos dentro del diccionario y todos ellos son, a su vez, entradas independientes.

- VI. Gestión de entrada o *check-in*. En el corpus se han encontrado diferentes términos relacionados con la llegada del cliente al alojamiento y su registro:
- Unidades simples: *entrée, arrivée, accueil, enregistrement* (sinónimo de *check-in*).
 - Unidades compuestas: *arrivée tardive, check-in* (sinónimo de *enregistrement*), *non présentation*.
- VII. Gestión de salida o *check-out*. También se ha registrado, a su vez, unidades léxicas vinculadas con la salida de los viajeros:
- Unidades simples: *sortie / départ*.
 - Unidades compuestas: *check out, départ précipité / départ avancé / départ anticipé, départ tardif/départ différé, départ rapide/départ express*.
- VIII. Atención al cliente. En esta sección se ha recopilado términos relacionados con la atención personalizada a los clientes:
- Unidades simples: *contact, contacter, réclamation*.
 - Unidades compuestas: *service clientèle, politique de confidentialité*.
- IX. Capacidad, estancia, ocupación y acomodación. Un aspecto importante de las reservas son los términos que tratan sobre los datos sobre la capacidad de las habitaciones o instalaciones:
- Unidades simples: *séjour, séjourner / s'héberger, héberger, saison, période, nuitée* (sinónimo: *nuit d'hébergement*), *occupation, disponibilité, occupant, aménager, accueillir, capacité, disponibilité*.
 - Unidades compuestas: *nuit d'hébergement* (sinónimo: *nuitée*).
- X. Horarios y fechas. Se ha compilado igualmente algunas palabras relacionadas con los horarios o fechas de apertura y cierre o de reserva:
- Unidades simples: *horaire, période*.
 - Unidades compuestas: *période d'ouverture, période de fermeture*.
- XI. Políticas medioambientales y hoteleras. Aunque más frecuentemente en Canadá que en Francia, hay cada vez más alojamientos que sienten preocupación por el medioambiente e incluyen aspectos de la gestión medioambiental de los establecimientos en sus campañas de promoción, convirtiéndolo en un nuevo medio de captación de clientes:
- Unidades simples: *environnement, environnemental*.
 - Unidades compuestas: *politique de développement durable*.
- XII. Regímenes de alojamiento. Finalmente, se ha seleccionado el léxico referente a la inclusión o no de comidas y cenas en la reserva del alojamiento:
- Unidades simples: \emptyset
 - Unidades compuestas: *demi-pension, pension complète, tout inclus*.

Tras haber presentado el subcorpus de gestión y descrito sus principales características, nos centraremos, seguidamente, en el análisis detallado de algunas unidades compuestas y colocaciones.

4.2. Compuestos y colocaciones del sub-corpus

Como ya comentamos, el *Diccionario Multilingue de Turismo* se diferencia de otras obras lexicográficas, entre otros aspectos, por el hecho de ofrecer entradas simples y compuestas. Además, dentro de cada una de ellas se presentan algunos ejemplos de colocaciones. Debido a criterios de homogeneización del diccionario, cuando ha sido posible se han seleccionado las tres colocaciones más frecuentes de cada entrada, en consecuencia, se han desestimado otras menos frecuentes pero, no por ello, menos interesantes desde el punto de vista semántico.

Por ejemplo, para la entrada simple *arrhes*, se han seleccionado como colocaciones más representativas: *arrhes non remboursables* y *réception des arrhes*. Recordamos que se han considerado colocaciones aquellas unidades léxicas en las que su traducción “no equivale a la traducción individual de sus componentes, sino que se traduce como un solo bloque” y además están formadas por dos colocados, siendo, uno de ellos, la *base* o *núcleo* “independiente desde el punto de vista semántico” (en el último caso citado *arrhes*, que tiene un significado propio y autónomo) y el otro, el *colocativo* que “determina a la base y en él se ha producido una especialización semántica: en combinación con la base semánticamente cercana ha adquirido una nueva acepción” (Moreno y Buyse, 2003: 1-2). Si retomamos el mismo ejemplo, en *arrhes non remboursables* se aprecia cómo se produce esta especialización semántica, se observa una adición de sentido: la entrada no se refiere ya únicamente a una suma de dinero que hay que pagar a cuenta (significado simple de *arrhes*), sino que es una cantidad que sirve, además, para confirmar la reserva previa del alojamiento sin que este dinero sea devuelto, aunque, posteriormente, el cliente decida anular la reserva.

Siguiendo los criterios explicados en los apartados anteriores, consideramos la mayoría de entradas compuestas del diccionario como compuestos y no como colocaciones debido a su fijación. Tomaremos como ejemplo *départ anticipé*, considerado un compuesto por ser una unidad semántica independiente de uso generalizado, pues se refiere a un servicio concreto ofertado por muchos hoteles, que aparece fijada en la lengua (es conocida por la mayoría de usuarios de alojamientos) y que permite a los clientes abandonar el alojamiento antes de la fecha de partida prevista. Además, en el mismo corpus existe una variante geolectal canadiense de esta unidad fraseológica considerada, a su vez, entrada del diccionario (*départ avancé*) que refuerza su condición de compuesto.

Como ya comentamos, la frecuencia de uso de estas unidades fraseológicas compuestas en el corpus se ha tenido muy en cuenta en la selección de las entradas del diccionario, pero no ha sido siempre decisiva para su selección, puesto que se parte de un corpus comparable limitado y una unidad puede ser frecuente solamente en una de las tres lenguas pero ser relevante en otras por otros criterios, como los semánticos. En el último caso tratado, la unidad fraseológica *départ anticipé* tiene 10 frecuencias en lengua francesa en el corpus (hallada únicamente en hoteles franceses) y,

sin embargo, la unidad léxica usada en Canadá –*départ avancé*– solamente aparece en una ocasión, pero se ha seleccionado igualmente como entrada independiente teniendo en cuenta criterios semánticos, de riqueza léxica y de representatividad de variedad geolectal. Debemos añadir que estamos hablando de un corpus limitado e incompleto: si se ampliara este último, por ejemplo, con más hoteles canadienses, sería muy posible que el último compuesto citado (*départ avancé*) fuese más frecuente en el corpus, hecho que justifica su selección como entrada autónoma.

Trataremos, a continuación, otro caso representativo: se trata de la unidad léxica *forfait*, con 771 frecuencias en nuestro corpus y un elevado número de colocaciones. Algunas de ellas muy utilizadas (entre 36 y 6 f.⁹), como por ejemplo:

- *forfait golf* (36 f.)
- *forfait escapade* (25 f.)
- *forfait famille* (20 f.)
- *forfait romantique* (17 f.)
- *forfait romance* (15 f.)
- *forfait souper* (15 f.)
- *forfait réunion* (15 f.)
- *forfait spa* (15 f.)
- *forfait gourmet* (12 f.)
- *forfait lune de miel* (11 f.)
- *forfait nature* (10 f.)
- *forfait détente* (10 f.)
- *forfait passion* (11 f.)
- *forfait hébergement* (9 f.)
- *forfait mariage* (7f.)
- *forfait affaires* (6 f.)

Y otras menos empleadas en el corpus (entre 1 y 5 frecuencias) por ser específicas de la promoción de hoteles muy concretos que se dirigen a un tipo de público muy reducido u ofertan un producto muy particular en una campaña publicitaria concreta y en alojamientos especializados, normalmente de categoría superior:

- *forfait journée* (5 f.)
- *forfait célébration* (5f.)
- *forfait petit déjeuner* (5f.)
- *forfait plaisir(s)* (5 f)
- *forfait gastronomique* (4 f)
- *forfait gastronomique* (4 f.)
- *forfait découverte* (4f.)
- *forfait bains nordiques* (4 f.)

⁹ Para agilizar la lectura a partir de ahora utilizaremos la abreviatura *f.* para referirnos a frecuencias.

- *forfait vin et gastronomie* (3 f.)
- *forfait amoureux* (3 f.)
- *forfait baleines* (2 f.)
- *forfait croisiéristes* (1 f.)

En los últimos ejemplos consideramos que se trata de colocaciones de *forfait* y no de compuestos porque son combinaciones de varias palabras con una relación sintáctica entre ellas en las que los colocados añaden matices semánticos al núcleo (*forfait*) enriqueciéndolo. Como bien explica Alonso (1994-95: 25) “su significante es la suma regular de los significantes de los lexemas constituyentes y su significado incluye el significado del lexema A y un significado C”. Es decir, los diversos colocados determinan a la base y se produce una especialización semántica adquiriéndose una nueva acepción. En efecto, un *forfait* puede referirse a muchos contextos (esquí, viajes, restaurantes....) pero si hablamos de un *forfait romantique* en un alojamiento ya se trata de algo muy concreto y especializado: un paquete que incluye unos servicios específicos (cena romántica, botella de champagne, etc.) para un público determinado (parejas).

Las entradas compuestas tienen menos colocaciones que las simples, pero, como es previsible, algunas de ellas pueden llegar a sumar un gran número de componentes. Por ejemplo, siguiendo con la entrada *départ anticipé* se ha seleccionado una larga colocación de tres frecuencias en el diccionario: *en cas de départ anticipé*. Esta última es sintácticamente atípica en nuestro corpus, puesto que no empieza por la base de la colocación seguida del colocado.

Resumiendo, los límites entre compuestos y colocaciones no están siempre claramente definidos ni se perciben claramente. Hay casos dudosos en los que algunas unidades fraseológicas podrían ser clasificadas en ambas categorías. Son conflictos que, como veremos, se suelen solventar teniendo en cuenta criterios de frecuencia y semánticos pero, aun así, las fronteras se tambalean y las decisiones tomadas podrían ser debatibles. El hecho de que la diferenciación entre entradas compuestas y colocaciones no sea siempre transparente hace que algunas entradas del diccionario que nos ocupa estén a caballo entre las dos categorías y ello ha provocado que en nuestro diccionario algunas colocaciones hayan sido consideradas también como entradas independientes.

Las equivalencias intralingüísticas no son siempre evidentes, principalmente cuando se trabaja con lenguas de diferente origen y, en consecuencia, con comportamientos lingüísticos diversos: en el caso concreto del *Diccionario Multilingüe de Turismo*, el inglés se opone, en muchos casos, a las dos otras lenguas romances (el francés y el castellano), más similares entre sí desde el punto de vista sintáctico y morfose-

mántico. Dicha complejidad no hará más que aumentar cuando se incorporen nuevas lenguas¹⁰.

5. Análisis comparativo del corpus en lengua francés e inglesa

5.1. Diferencias principales entre las entradas en francés y en inglés

Aunque el diccionario esté compuesto de tres lenguas –inglés, francés y español–, por motivos metodológicos, hemos decidido centrar nuestro estudio en las dos primeras, más diferentes entre ellas. En consecuencia, partiremos del corpus en lengua francesa, por ser nuestra principal lengua de estudio, y nos centraremos únicamente en algunos problemas representativos de equivalencias con el léxico de la gestión en lengua inglesa, que son más numerosos, complejos y, en consecuencia, destacables. Comenzaremos por resaltar algunas diferencias halladas entre ambas lenguas en el seno de los apartados de las entradas del diccionario.

En primer lugar, debemos decir que en el diccionario no todas las unidades lexicográficas seleccionadas en inglés se han definido en francés o viceversa: esto es debido, entre otras causas, a las limitaciones del corpus. Algunas de ellas fueron elegidas en un primer momento pero se han quedado en el tintero, es decir, a la espera de que se incremente el corpus, se halle una mayor frecuencia de su uso y puedan ser así definidas en una futura nueva versión del diccionario. Por ejemplo, *cargo de servicios*: en el corpus inglés hay dos unidades que constituyen entradas (*service charge* y *service fee*), ambas definidas como sinónimas, y en francés, sin embargo, se eligió *frais de service*, pero también se encontró *charge de service*, que no se ha seleccionado, por el momento, por tener baja frecuencia en el corpus (<5 f.). Sin embargo, esta última unidad fraseológica podría añadirse en un futuro si se hallaran más ejemplos cuando se amplíe el corpus. Hay casos similares pero a la inversa.

En segundo lugar, destacamos igualmente que hay diferencias destacables entre lenguas en lo que se refiere a los sinónimos (totales o parciales), cuyo número no coincide siempre: hay casos en los que algún término tiene varios en una lengua y en las otras solo uno o al contrario. Por ejemplo, en francés encontramos un concepto muy presente en la mayoría de páginas web promocionales de alojamientos, representado por tres sinónimos (*formule*, *forfait* y *package*), que en los ejemplos del corpus se usan indistintamente y con el mismo sentido. Sin embargo, uno de ellos es más frecuente, se trata de *forfait* (771 f.), frente a *formule*, también frecuente pero en menor medida (197 f.) y *package*, en último lugar, con solo 16 ocurrencias. En el corpus inglés hay dos entradas que expresan este concepto (*package* y *deal*), pero con menos profusión de ejemplos que en la lengua francesa (325 y 98 f. respectivamente).

¹⁰Más adelante, en una nueva fase del proyecto, se pretende incluir también las lenguas italiana y árabe (ya se está colaborando con el grupo *Linguaturismo* de la Universidad de Milán y con investigadores de la Escuela Superior de Traducción del Rey Fahd de Tánger), tampoco se descarta seguir ampliando el diccionario con nuevas lenguas.

Otro aspecto que destacamos en este apartado son las divergencias intralingüísticas halladas en el apartado de términos relacionados del diccionario: aunque se ha procurado consensuarlos para que estos sean similares en número y significado, hay diferencias inevitables entre las lenguas de trabajo, principalmente porque todos ellos aparecen también definidos en el diccionario (se enlazan internamente por hipervínculos).

Ya hemos comentado que, inevitablemente, el número de entradas no coincide exactamente en las tres lenguas, dependiendo de las características particulares de cada una, del corpus y, finalmente, de las decisiones de los investigadores que las representan. Tomemos como ejemplo la entrada *prix* en lengua francesa que mostramos a continuación:

prix n.m. (gestion)	
♦Définition	♦ Argent payé pour un séjour, un service ou une table d'un hébergement touristique.
◊Information complémentaire	◊L'hôtel peut offrir des prix avantageux, abordables, accessibles, compétitifs, exceptionnels, imbattables, prestigieux, raisonnables, très honorables, très abordables, avantageux, très compétitifs et économiques. Le prix peut être basé sur, une, deux, trois... nuits ou on peut parler aussi de prix par nuit, par séjour ou par personne. Au Canada on dit un prix régulier. On se réfère au prix de la chambre, des forfaits, des menus, du petit déjeuner, du dîner, du parking. On propose aussi un prix maximum et minime, même un prix-mini. Les prix peuvent être sujets à changements.
Exemple	Votre prix de chambre inclus un petit-déjeuner continental sain et nourrissant comprenant café frais, jus, fruit, pain, muffin et plus encore. Quel réveil! [www.super8lachenais.com]
◦Cooccurrences	◦ prix total Sauf indication contraire, les frais ci-dessous ne sont pas inclus dans le prix total de la chambre. [www.hoteltravel.com] ◦ prix abordable Chambres et tarifs. Un séjour confortable à prix abordable . Hotel St-Denis vous offre Montréal à taux avantageux. Comparez nos tarifs! [www.hotel-st-denis.com] ◦ meilleur prix garanti Meilleur Prix Garanti : Chambre d'hôtel au sein d'un palace parisien. [crillon.concorde-hotels.fr]
♦Synonymes	liste des prix
◊Termes associés	conditions tarifaires, coût, frais, modes de paiement, modalités de paiement, moyens de paiement, paiement, payer, planning tarifaire, tarif
Équivalents	EN: price ,rate ES: precio

Auteur: María Elena Baynat

Ilustración nº 4: Ejemplo de entrada en francés del diccionario: *prix*

Como se observa en la ilustración nº 4, al sustantivo *prix* se le han asignado diez términos relacionados en lengua francesa: *conditions tarifaires*, *coût*, *frais*, *modes de paiement*, *modalités de paiement*, *moyens de paiement*, *paiement*, *payer*, *planning tarifaire* y *tarif* (todos ellos definidos también). Sin embargo, en este caso, en inglés, se han seleccionado únicamente nueve unidades léxicas relacionadas con *rate* (también definidas): *charge* (1), *charge* (2), *cost*, *fee*, *full cost*, *price*, *price list*, *pricing*, *total cost*.

En cuanto a las colocaciones, también hay diferencias entre lenguas. Siguiendo con el ejemplo anterior, en francés, para la entrada *prix* se han elegido tres colocaciones frecuentes: *prix total*, *prix abordable* y *meilleur prix garanti*; pero su entrada sinónima, *liste de prix*, no presenta ninguna colocación en esta primera versión del diccionario. Sin embargo, en inglés, la entrada *price* tiene dos colocaciones, la primera equivalente a la francesa (*best price guarantee*) y la segunda diversa (*price breakdown*). Su sinónimo *rate* contiene tres: *available(s) rate(s)*, *(Group / Room [only]) Rate* y *(exclusive / flexible / lower / lowest / normal / published / special / standard [average] / total)*

rate. Y, en último lugar, de *tariff* –al igual que de *liste des prix* en francés– no se ha seleccionado colocaciones del corpus, lo que no significa, como ya comentamos, que no las hubiese pero sí que no eran suficientemente frecuentes para mostrarlas en la entrada.

Para finalizar con las divergencias más destacables entre las entradas del diccionario en ambas lenguas, debemos añadir que un hecho que ha dificultado su elaboración es que no siempre ha sido posible encontrar un equivalente directo y exacto para cada término de los seleccionados en las tres lenguas: explicaremos en el siguiente capítulo las principales problemáticas y soluciones adoptadas para hallar equivalencias en el diccionario entre algunas entradas en lengua francesa e inglesa.

5.2. Equivalencias problemáticas y posibles soluciones

El concepto de equivalencia es complejo, de difícil delimitación o casi *impossible*, según Cabedo, quien afirma que “no existe la traducción perfecta, ideal o correcta” puesto que no puede reproducir exactamente la “estructura formal, léxica y sintáctica” del texto origen. La única solución para hallar equivalentes más o menos cercanos al texto traducido es, en consecuencia, basarse en “transmitir el contenido teniendo en cuenta la “igualdad de valores” (Cabedo, 1998: 242).

Así lo constata Wotjak (1995: 93), quien afirma que “el problema de la equivalencia –noción esencial de la traducción, pero también para cualquier comparación intralingüística– sigue siendo muy controvertido y no presenta una solución convincente”. Según el mismo autor, existen tres tipos de equivalencias: “sistémica o semántica, comunicativa o textual y translémica o comunicativa” Wotjak (1995: 93). La última, la más compleja, es la que nos interesa en esta investigación, puesto que incluye las anteriores y tiene en cuenta numerosos factores, tanto lingüísticos como sociales e interculturales.

Para decidir las equivalencias del diccionario multilingüe y multifuncional que nos ocupa no se han tenido en cuenta únicamente las traducciones ofrecidas por los diccionarios clásicos (generales y especializados)¹¹ sino que se ha ido más allá y se ha estudiado escrupulosamente el comportamiento de los términos o grupos de términos en los ejemplos concretos del sub-corpus, siempre desde la comparabilidad.

Como se explica en la introducción del diccionario, para seleccionar las entradas:

Se ha tenido en cuenta la frecuencia de aparición, la importancia en el discurso turístico, en el campo nocional, y de modo mucho más particular, en el caso del español y del francés, su

¹¹ En lengua española e inglesa hay más diccionarios plurilingües especializados en turismo, pero en el caso del francés estos son más escasos y, en ocasiones, se ha tenido que recurrir también a consultar diccionarios generales bilingües, como el *Larousse*, el *Trésor de la Langue Française*, el *Grand Dictionnaire Terminologique* o *Le Robert*. En el sub-equipo de la gestión, para elaborar las definiciones, también se han consultado algunos diccionarios *online* especializados en lenguaje comercial o económico.

presencia en normativas y legislación del sector (Artusi *et al.*, 2014).

Además de consultar las normativas y legislaciones, se ha estudiado el uso de cada palabra o grupos de palabras en otras páginas privadas de alojamientos de Internet ajenas al corpus –tanto en versión original como traducida– para comprender mejor sus contextos de uso particulares y reales.

Resumiendo, en esta obra lexicográfica se han definido las entradas tras la observación de su comportamiento semántico y sintáctico contextualizado, es decir, observando su uso en los ejemplos del corpus. Esto ha llevado a definir las entradas siempre contextualizadas en el campo semántico de los alojamientos y, por ello, a diferir, en ocasiones, con las definiciones de otros diccionarios monolingües, más generales. Además, tras la observación de las funciones sintácticas y semánticas de cada palabra en todos los ejemplos del corpus, se han tenido en cuenta todas las variantes de uso y se ha añadido en la entrada una información complementaria a las definiciones que completan dichas variantes.

Mostraremos, a modo de ejemplo, la definición de la entrada *indemnité* y la información complementaria que le sigue:

Définition: Pourcentage du montant total du séjour prévu par un hébergement touristique pour dédommager ses clients, normalement en cas d'annulation d'une réservation.

Information complémentaire: Suivant les conditions d'annulation de l'hébergement le client sera remboursé d'une part ou de la totalité du montant du séjour (Artusi *et al.*, 2014).

En la misma línea, las equivalencias entre lenguas que se proponen en las entradas del diccionario pueden variar de las que ofrecen otros diccionarios bilingües. Por ejemplo, en castellano y francés se ha seleccionado como entrada *media pensión / demi-pension*, sin embargo en los ejemplos del corpus obtenidos de las páginas web de alojamientos ingleses y americanos se ha observado que la traducción que ofrecen la mayoría de diccionarios bilingües –*half board*– no se corresponde, a menudo con los términos usados en nuestro corpus para ofrecerles a los clientes ese régimen de alojamiento. Finalmente, el especialista en lengua inglesa decidió seleccionar tres entradas consideradas sinónimas: *half board* (6 f.), *full board* (1 f.) y *dinner, bed and breakfast* (19 f.). Sorprendentemente, esta última entrada compuesta y de estructura sintáctica bien diferente es la más frecuente de las tres para expresar ese concepto. Como podría parecer a primera vista, no siempre es mejor elegir la traducción literal del término sino la solución más adecuada para cada caso, teniendo en cuenta los usos reales de la palabra en el corpus. Así se observa si se lee el siguiente ejemplo extraído de última entrada en inglés citada que demuestra su uso real en contexto de la unidad preferida:

Price tips: Our room pricing will fluctuate in line with market demand. Prices are generally lower the further in advance that

you book. Prices midweek may offer better value, and also on one night dinner, bed & breakfast breaks on most Sundays throughout the year [www.queenshotelportsmouth.com]. (Artusi *et al.*, 2014).

Finalmente, destacamos las divergencias en el cómputo total de entradas en las dos lenguas de estudio (132 en francés frente a 164 en inglés), diferencia que se explica por dos motivos principales. El primero, que en este subcorpus de la gestión hotelera hay más presencia de sinónimos en inglés (como ocurre con el último ejemplo analizado: media pensión). Y, el segundo, que hay un mayor número de entradas compuestas consideradas como colocaciones en francés y, en consecuencia, no definidas (sin rango de entrada).

A continuación mostraremos y ejemplificaremos las diferentes soluciones adoptadas durante el proceso de creación del diccionario para hallar equivalentes en lengua francesa en los diferentes casos problemáticos hallados en relación con la lengua inglesa, tras haber realizado un meticuloso análisis comparativo del corpus.

5.2.1. Equivalencia directa

En primer lugar, cuando ha sido posible, se ha optado por buscar una equivalencia directa entre unidades simples o compuestas de ambas lenguas, es decir: se ha buscado una palabra o grupo de palabras que se usan dentro y fuera de nuestro corpus¹² para expresar el mismo concepto en contextos similares. Esta ha sido siempre la mejor solución y, en efecto, es la más común en el diccionario, aunque no siempre coincida la categoría gramatical ni el número de componentes de las unidades fraseológicas entre las lenguas.

Citamos algunos casos de unidades simples del campo semántico de la gestión con equivalentes de la misma categoría gramatical en francés e inglés:

- *disponibilité* (sust.) = *availability* (sust.)
- *réserver* (verb.) = *to book* (verb.)
- *reçu* (sust.) = *receipt* (sust.)
- *client* (sust.) = *customer* (sust.)
- *gratuit* (adj.) = *free* (adj.)

Sin embargo, aunque siga existiendo equivalencia directa, hay ocasiones en las que se ha hallado varios sinónimos en una lengua y no en la otra. Un ejemplo interesante de este tipo sería: *nuitée* (FR) con dos equivalencias en inglés: *overnight accommodation* y *one night stay* (EN). En francés, en el corpus, solo se ha hallado una unidad simple, al igual que en castellano (pernoctación). Sin embargo, debemos decir que el

¹² Aunque el diccionario se basa en el corpus COMETVAL, en ocasiones, a modo de comprobación, se han observado otros ejemplos de las entradas unidades léxicas compiladas en otras páginas comerciales de promoción hotelera en lengua original y traducidas de Internet para confirmar y ratificarlas sus comportamientos léxicos y discursivos.

porcentaje de entradas compuestas en ambas lenguas es bastante similar: de 174 hay 76 entradas compuestas en inglés, frente a 61 de 132 en francés.

Por último, destacamos algunos casos de compuestos en los que se aprecian cambios de categoría gramatical, de número o de orden entre sus componentes entre los equivalentes de las dos lenguas implicadas:

- *Conditions de vente* (sust.+prep.+sust.) = *terms and conditions* (sust.+conj.+sust.)
- *Tarif affiché* (sust.+adj.) = *rack rate* (sust.+sust.)
- *Protection des données* (sust.+prep.+sust.) = *data protection* (sust.+sust)
- *Départ tardif* (sust+adj.) = *late check-out* (adj.+sust.+prep.)
- *Code d'accès* (nom+prep.+nom) = *password* (nom)
- *Politique de développement durable* (nom+prep.+nom+adj.) = *sustainability* (nom)
- *Supplément* (sust.) = *additionnal charge* (adj.+nom.)

Dichas divergencias eran, sin embargo, predecibles, puesto que estamos comparando lenguas estructuralmente diversas.

5.2.2. Colocaciones

En segundo lugar, si no ha sido posible hallar la equivalencia directa en el corpus desde el inglés, se ha tenido que recurrir a buscar soluciones entre las colocaciones del término en francés o viceversa. Son, principalmente, casos en los que en una lengua se ha considerado una unidad fraseológica compuesta como entrada independiente y en la otra lengua el equivalente elegido no se ha elegido como entrada sino como sub-entrada (colocación de otra entrada) y, en consecuencia, no se ha definido. Por ejemplo, para la entrada inglesa *accomodation rates* en lengua francesa se ha propuesto como equivalencia *coût d'hébergement* que no se ha considerado una entrada del diccionario sino una colocación (no definida en el diccionario) de la palabra *coût* (este último sí que constituye una entrada independiente). Esto es debido a que en inglés esta unidad léxica se puede considerar un compuesto por su grado de fijación y tiene una suficiente frecuencia en el corpus (más de cinco repeticiones) para considerarla entrada autónoma. Sin embargo, el caso de *coût d'hébergement* en francés es diferente: no es una unidad frecuente en el corpus (solamente dos frecuencias) y además cumple con los requisitos de una colocación, es decir, que está compuesta de una base (*coût*) y un colocado (*d'hébergement*) que completa y especifica el significado del primero. Añadiremos que hallamos en el corpus otras variaciones de colocados de la misma base con acepciones semánticas añadidas que refuerzan su consideración como sub-entrada (colocación de *coût*): *coût final*, *coût régulier*, *coût des repas*, *coût supplémentaire*, etc.

Otro caso sería el de *exclusive of (tax, taxes, VAT)*, que se ha considerado también una entrada independiente en inglés y, sin embargo, en francés su equivalente

real¹³ *taxes en sus*, aunque es muy frecuente (331 f.), se ha considerado una colocación de *taxes*, junto a otras como *toutes taxes comprises (TTC)* y *hors taxes*, por los mismos motivos expuestos anteriormente. Mostramos la entrada de *taxe* en la ilustración nº 5 para que se puedan ver los ejemplos de uso seleccionados de las últimas colocaciones nombradas:

taxe n.f. (gestion)	
◆ Définition	◆ Somme d'argent décidée par l'État qui doit apparaître obligatoirement dans la facture d'un hébergement touristique.
◊ Information complémentaire	◊ Les taxes peuvent être incluses ou non incluses dans le prix proposé dans la promotion de l'hôtel sur sa page web. On les appelle aussi taxes de séjour. On trouve souvent les sigles TTC (toutes taxes comprises).
Exemple	Néanmoins certaines taxes additionnelles pourront vous être réclamées à l'arrivée à l'hôtel selon la réglementation locale en vigueur. [www.novotel.com]
◊ Cooccurrences	◊ toutes taxes comprises / TTC Lorsque les prix ne sont pas affichés toutes taxes comprises , les taxes (TVA et/ou taxe de séjour) seront précisées dans les étapes suivantes du processus de réservation. [www.ibis.com] ◊ taxes en sus À partir de 88.00 \$ / personne en occupation double / taxes en sus . [www.jardinsdeville.com] ◊ hors taxes (de séjour) L'Océanique. A partir de 594.00€ pour tout séjour jusqu'au 29 décembre 2012 (hors taxes de séjour). Hors période de Noël. Séjour de 2 nuits en partenariat avec le restaurant <i>Le Bar André, référence rochelaise des produits de la mer</i> . [www.hotelmonnaie.com]
◊ Termes associés	coût, facture, paiement, payer, tout inclus, TVA
Équivalents	EN: tax, fee ES: tasa

Auteur: María Elena Baynat

Ilustración nº 5: ejemplo de entrada en francés del diccionario: *taxe*

En todos estos casos en los que la equivalencia de un entrada es la colocación de otra, esta última no ha sido definida en el diccionario y, en consecuencia, como se observa en la ilustración nº 5, no tiene un enlace por hipervínculo (diferenciable por el color marrón) que dirija a su definición. Sin embargo, cuando se amplíe el corpus de estudio, si son suficientemente frecuentes, se podría contemplar la posibilidad (y sería aconsejable) de convertir todas estas colocaciones también en entradas autónomas del diccionario.

5.2.3. Equivalentes sin hipervínculo (no entradas)

En tercer lugar, en los casos en los que se ha hallado escasa o nula presencia de la equivalencia en alguna lengua, se propone el equivalente en las otras lenguas igualmente pero sin hipervínculo, es decir, un término simple o compuesto con el mismo significado y uso en contextos similares pero que, de momento, no tiene entrada propia en el diccionario (no aparece destacada en marrón); además, no se descarta añadirla también con categoría de entrada en versiones posteriores del diccionario. Para ilustrar este nuevo caso mostramos la entrada en inglés *subject to change* (ilustración nº 6) que no tiene equivalentes en castellano en esta versión del diccionario por no haberse hallado en el corpus ningún equivalente y, sin embargo, presenta dos en lengua francesa: *changement sans préavis* (que sí constituye una entrada autónoma) y *sujet à changement* que, como se explica en notas del autor (ilustración nº 6),

¹³ Entendemos por real que es empleado en contexto similar y con el mismo sentido.

es frecuente pero no lo suficiente como para justificar que constituya una entrada independiente de esta primera versión del diccionario.

subject to change phr. (management)	
◆Definition	◆ Often with reference to rates, which may be altered by tourism accommodation establishments.
Example	Check-in time after 3 p.m. Check-out time before 12 p.m. Rates subject to change . Property is completely non smoking. Free of charge up to the age of 3. Between age 3-12 free when sharing existing bedding, meals to be paid directly to hotel Pets Allowed:-Guide dogs and hearing dogs only Late Checkout :- £20 per hour Early Checkout : - Full as per cancellation policy Crib : - No charge Self Parking :- No charge Valet Parking :- No charge. [www.theedinburghcollection.com]
◦Combinations	◦ subject to change without notice Ticket is non-transferable, non-refundable, and may not be copied or resold. Additional restrictions apply and benefits are subject to change without notice. [www.travelocity.com]
◆Related words	availability, available, booking details, cancellation policy, reservation details, unavailable, subject to availability, upon request
Equivalents	FR: changement sans préavis , sujet à changement
Notes	The French equivalent <i>sujet à changement</i> is also frequent in COMETVAL, but it does not have an entry at this stage.

Author: Miguel Fuster

Ilustración nº 6: ejemplo de entrada en inglés del diccionario: *subject to change*

5.2.4. Paráfrasis explicativa

En cuarto y último lugar, aunque únicamente como último recurso, cuando no se ha podido hallar ninguna equivalencia de un término en una de las lenguas, se ha recurrido a una paráfrasis explicativa del concepto que corresponde al mismo sentido y uso. Por ejemplo, no se ha hallado en el corpus un verbo en lengua francesa (ni española) que corresponda exactamente a *(to) check-out* y en la entrada en inglés se ha propuesto como equivalente en francés la siguiente perífrasis explicativa: “payer la facture et quitter l’hôtel” (Artusi *et al.*, 2014) que no constituye una entrada independiente del diccionario en lengua francesa por no tratarse de una unidad fraseológica. Como ya comentamos, sí que se ha incluido la entrada independiente *check out* en francés, como préstamo del inglés, pero empleada en el corpus con la categoría de sustantivo no de verbo.

Otro término inglés del que no se ha podido encontrar equivalente francés en el corpus es *early bird*, problema que se ha resuelto, finalmente, proponiendo otra paráfrasis explicativa, en este caso un poco más larga que en el caso anterior: “clients qui arrivent ou contactent l’hôtel préalablement et bénéficient de certaines offres, promotions ou réductions” (Artusi *et al.*, 2014).

6. Conclusiones

Podemos afirmar, en definitiva, que un diccionario es una obra personal y no neutral. Esta es, sin duda, la frase que mejor resume este artículo, puesto que, como hemos visto, para elaborar el *Diccionario Multilingüe de Turismo* se ha debido tomar decisiones, en ocasiones, muy arriesgadas y atrevidas. Por ejemplo, aunque se ha tenido en cuenta sus propuestas, se han contradicho definiciones o traducciones de algunos diccionarios bilingües o monolingües de gran renombre. Esto se debe a que la especificidad de este diccionario ha llevado a definir siempre en contexto, siguiendo

como principal criterio la frecuencia y el comportamiento sintáctico y semántico de las unidades simples y compuestas en el corpus seleccionado.

Se ha intentado crear una obra lexicográfica diferente, dinámica, novedosa y completa que tenga en cuenta criterios mensurables y científicos (estadísticos y semánticos) pero también otros aspectos como el comportamiento de las unidades lexicográficas en su contexto, tratando de reflejar los usos discursivos reales del lenguaje de promoción de alojamientos turísticos en Internet en la actualidad, tal y como se ha mostrado en este artículo con ejemplos.

El hecho de incluir entradas compuestas enriquece el diccionario, pero también lo complica, pues, como se ha observado en los ejemplos del sub-corpus de gestión analizados, en ocasiones, encontrar los límites entre dos unidades fraseológicas tan cercanas como compuestos y colocaciones ha sido una tarea compleja; además, los criterios y las decisiones sobre una misma unidad equivalente han sido diversos entre lenguas.

Por otro lado, las decisiones tomadas para resolver los problemas derivados de la disparidad entre las lenguas de trabajo para hallar equivalencias –principalmente desde la lengua francesa hacia la inglesa y viceversa– que se han descrito y ejemplificado en este artículo demuestran que crear diccionarios multilingües especializados digitalizados de calidad implica un gran trabajo de equipo no exento de dificultades y arbitrariedad. En efecto, aunque se siga unos criterios científicos y presuntamente objetivos, algunas decisiones finales dependen de los conocimientos, el bagaje o la experiencia lingüística y cultural de los propios investigadores e incluso, en algunos casos, de su propia intuición o manera de pensar.

Consideramos, en definitiva, que la creación de nuevos diccionarios modernos e interactivos es muy necesaria y que el hecho de compartir los entresijos de su proceso de creación en foros de discusión o reuniones de expertos es imprescindible para poder orientar mejor su metodología e instrumentos y, en última instancia, mejorar los productos finales para lograr que estos sean más útiles y efectivos para sus usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO RAMOS, Margarita (1994-1995): “Hacia una definición del concepto de colocación: de J. R. Firth a I. A. Mel’cuk”. *Revista de Lexicografía* 1, 9-28.
- ARTUSI, Andrea *et al.* (2014): *Multilingual Dictionary of Tourism*. Valencia, Universidad de Valencia. Disponible en: <http://tourismdictio.uv.es>.
- BAYNAT MONREAL, M^a Elena, Mercedes LÓPEZ SANTIAGO, Abdelouahab EL IMRANI y Chakib IBAIDI (2012): “Pour l’élaboration d’un dictionnaire de promotion hôtelière

- français-arabe: exemple de collaboration scientifique internationale entre Valence et Tanger”. *Synergies Espagne* 5, 129-147.
- BUYSE, Kris y Sabela MORENO PEREIRO (2003): “Colocaciones léxicas: pistas y trampas”. *Mosaico* 10, 10-18.
- CALVI, M^a Victoria (2010): “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación”. *Ibérica*. 19, 9-32.
- CORPAS PASTOR, Gloria (1996): *Manual de Fraseología española*. Madrid, Gredos.
- CORPAS PASTOR, Gloria (2001): “En torno al concepto de colocación”. *Euskera* 46, 89-108.
- FUSTER-MÁRQUEZ, Miguel (2014): “Lexical bundles and phrase frames in the language of hotel websites”. *English Text Construction* 7, 84-121.
- GONZÁLEZ GRUESO, Fernando (2006): “Las colocaciones en la enseñanza del español de los negocios”. *Revista de Didáctica MarcoELE* 2, 1-39. [Disponible en: http://www.marcoele.com/num/2/0218f597f50ed1806/colocaciones_espanol_negocios.pdf; 03/03/2016].
- GÓMEZ, Adelina y Chelo VARGAS-SIERRA (2004): “Aspectos metodológicos para la elaboración de diccionarios especializados bilingües destinados al traductor”. *El español, lengua de traducción. II congreso internacional*. Bruselas, ESLEtRA, 365-398.
- KOTOWSKI, Sven; KATJA BOËR y Holden HÄRLT (2014): “Compounds vs. phrases. The cognitive status of morphological products”, in Franz Rainer, Francesco Gardani, Hans Christian Luschützky & Wolfgang U. Dressler (eds.), *Morphology and meaning: selected papers from the 15th International Morphology Meeting*. Amsterdam, John Benjamins, 191-204.
- LÓPEZ SANTIAGO, Mercedes y M^a Elena BAYNAT MONREAL (2011): “Proyecto COMETVAL: Corpus Multilingüe en Turismo de la ciudad de Valencia”. *Multiple Voices in Academic and Professional Discourse: Current Issues in Specialised Language Research, Teaching and New Technologies*. Valencia, Cambridge Scholars, 380-390.
- MIRA RUEDA, Concepción (2008): *El discurso turístico en inglés y en español: su tratamiento lexicográfico*. Tesis doctoral. Málaga, Universidad de Málaga [consulta en línea: www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17677014.pdf; 27/10/2015].
- MORENO, Sabela y Kris BUYSE (2003): “Colocaciones léxicas: pistas y trampas”. *Mosaico* 10, 10-17.
- PENADÉS MARTÍNEZ, Inmaculada (1999): *La enseñanza de las unidades fraseológicas*. Madrid, Arco/Libros.
- SANMARTÍN, Julia y Virginia GONZÁLEZ (2011): “Corpus, diccionarios y discurso turístico: el proyecto de diccionarios bidireccionales español-francés-inglés-árabe”. *Multiple Voices in Academic and Professional Discourse*. Valencia, Cambridge Scholars, 392-403.
- SKOLNIKOVA, Pavlína (2010): “Las colocaciones léxicas en el español actual”. Tesis doctoral. Brno, Masarykova Univerzita. [consulta en línea: http://is.muni.cz/th/145385/ff_m/; 03/03/2016].

- TUTIN, Agnès y Francis GROSSMANN (2002): “Collocations régulières et irrégulières: esquisse de typologie du phénomène collocatif”. *Revue française de linguistique appliquée* VII(1), 7-25.
- WOTJAK, Gerd (1995): “Equivalencia semántica, equivalencia comunicativa y equivalencia translémica”. *Hieronymus Complutensis: El mundo de la traducción* 1, 93-111.