

ISSN: 1579-9794

**Recursos bilingües y multilingües del dominio del turismo:
estudio comparativo con fines traductológicos**

**Bilingual and multilingual resources in the tourism domain:
comparative study for translation purposes**

MIRIAM BUENDÍA CASTRO
mbuendia@ugr.es
Universidad de Granada

Fecha de recepción: 16/2/2024

Fecha de aceptación: 18/6/2024

Resumen: La competencia fraseológica resulta fundamental para la traducción turística, por lo que los recursos terminográficos especializados en este dominio que contengan información fraseológica pueden ser de gran ayuda para el traductor e intérprete. No obstante, no existen numerosos diccionarios ni bases de conocimiento bilingües o multilingües especializados en el ámbito del turismo. El objetivo de esta investigación es describir y comparar cuatro recursos terminográficos que incluyen terminología del dominio del turismo del ocio en sus entradas, con el objetivo de poder asistir al traductor o intérprete en su labor de documentación y de extracción de información fraseológica, para la combinación inglés-español. En concreto, se han analizado los siguientes recursos: el *Diccionario de turismo y de ocio* (Inglés-Español, Spanish-English) (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006), *DicoAdventure* (Durán-Muñoz, 2022), *IATE* y *TERMIUM Plus*. Los resultados muestran que los recursos analizados suelen incluir no solo unidades nominales, sino también unidades verbales y fraseológicas en sus entradas, un aspecto muy positivo que facilita la búsqueda para traductores e intérpretes. No obstante, el número de entradas dedicadas al turismo del ocio se encuentra todavía limitado en muchos recursos y el tratamiento de los equivalentes de traducción no suele ser sistemático.

Palabras clave: Fraseología, Recurso bilingüe y multilingüe, Terminología turística, Traducción turística, Turismo y ocio/ Turismo del ocio

Abstract: Phraseological competence is essential for the translator in the tourism domain. Therefore, terminographic resources specialised in this field, containing phraseological information, can be of great help to the translator. However, there are not many bilingual or multilingual dictionaries or knowledge bases specialised in tourism. The aim of this research is to describe and compare four terminographic resources that include terminology

from the domain of leisure tourism in their entries, in order to assist the translator or interpreter in their work of documentation and extraction of phraseological information for the English-Spanish combination. More specifically, the following resources have been analysed: the *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (Inglés-Español, Spanish-English) (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006), *DicoAdventure* (Durán-Muñoz, 2022), *IATE* and *TERMIUM Plus*. The results show that the resources analysed tend to include not only nominal units, but also verbal and phraseological units in their entries, something very positive that facilitates the search for translators and interpreters. However, the number of entries dedicated to leisure tourism is still limited in many resources, and there is often no systematisation in the treatment of translation equivalents.

Keywords: Bilingual and Multilingual Resource, Phraseology, Tourism Terminology, Tourism Translation, Tourism and Leisure/ Leisure Tourism

INTRODUCCIÓN

El turismo es el principal motor de la economía española. Prueba de ello es que, en 2023, la actividad turística en España supuso el 12,8 % del PIB (ICEX, 2023). El turista europeo, y más concretamente, el turista alemán, británico y francés, es el que visita mayoritariamente nuestro país (González-Pastor, 2018, p. 24). Esta situación genera un gran nicho de trabajo en el ámbito de la traducción turística, especialmente, para la combinación español-inglés, por la supremacía de la lengua inglesa, como se verá más adelante.

En este contexto, son muchos los investigadores que abogan por considerar al *texto turístico* como un tipo de texto especializado que posee características inherentes propias:

El texto turístico es un texto multifuncional, multidiscursivo y multidisciplinario, cuyo denominador común es informar, promocionar o convencer al destinatario de un determinado producto turístico. Sin embargo, en el texto turístico también tienen cabida textos especializados y profesionales cuyos destinatarios son los mismos profesionales del sector, así como nuevas modalidades textuales surgidas del uso de géneros discursivos novedosos, como son los blogs, los foros, los libros de visita o las páginas web privadas e institucionales de promoción de hoteles, vinculados todos ellos a Internet. (González Pastor, 2018, p. 30)

El traductor turístico necesita, por tanto, contar con un amplio bagaje cultural, acerca de la historia y de la tradición de los países para los que tiene que traducir, así como las técnicas de traducción que caracterizan a este género textual (Relinque Barranca, 2018, p. 278). Asimismo, debe esforzarse

por conseguir la mayor naturalidad posible en el discurso mediante el uso de la combinatoria adecuada. En ocasiones, esta falta de precisión e idiomática se debe a la direccionalidad que se aplica en este tipo de traducción (inversa), a pesar de que esto no debería suponer ningún problema si se realizara por profesionales con una formación adecuada y con las competencias traductológicas necesarias (Durán-Muñoz, 2012, p. 110). Si tenemos en cuenta que el 80 % de las palabras del discurso se eligen de acuerdo con el principio de co-selección y no por razones puramente sintácticas o gramaticales (Sinclair, 2000, p. 197), el análisis de cómo estas palabras se combinan con otras, lo que conocemos como fraseología, resulta crucial para cualquier profesional de la traducción. La importancia del análisis fraseológico es especialmente necesario en el caso de los traductores del ámbito turístico que desean crear un texto con el mismo significado que el de la lengua de partida y que además encaje a la perfección en el sistema textual y la cultura de llegada.

Asimismo, cabe en cuenta que el sector turístico es muy amplio y abarca una considerable variedad de subdominios. La Organización Mundial del Turismo (OMT) elaboró en 2001 el *Tesaurus de Turismo y Ocio* según el cual existen 20 subdominios para representar el sector turístico, a saber: legislación turística, alojamiento, ecología del turismo, economía del turismo, instalaciones turísticas, movimiento turísticos, formación y empleo, sociología del ocio, transportes, acontecimiento turísticos, patrimonio turístico, política turística, servicios turísticos, turismo sectorial y países, promoción turística, ciencia e información, profesionales del turismo y agrupaciones de países. Alcaraz-Varó *et al.* (2006, p. x), por su parte, distinguen cuatro grandes sectores dentro del turismo: el del viaje, el del ocio o el de recreo, el de la restauración y el del alojamiento, que a su vez responden a cuatro grandes fines del turismo: el desplazamiento, el ocio, la gastronomía y el hospedaje. En este sentido, definen el sector del ocio como sigue:

una serie de tareas y actividades libremente elegidas fuera de las habituales del trabajo diario, que conducen al placer, a la diversión, al esparcimiento, a la reanimación o al estímulo corporal o mental con el fin de recuperar las fuerzas, el tono vital, el entusiasmo, etc. (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006, p. xi-xii)

En el sector del ocio, se incluye el patrimonio ecológico, el patrimonio cultural, los espectáculos, los juegos y los deportes (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006, p. xii), siendo este sector uno de los que ha experimentado mayor crecimiento, sobre todo tras la pandemia causada por la covid-19 (Alan *et al.*, 2020).

Dado el auge del turismo del ocio, la falta de sistematización de su terminología por la presencia de nuevos neologismos para nombrar nuevas

realidades y el auge del inglés, el objetivo de esta investigación es describir y comparar cuatro recursos terminográficos que incluyen terminología del dominio del turismo del ocio en sus entradas y que son realmente bilingües o multilingües, para que el traductor o traductora pueda escoger con mayor facilidad uno u otro en función de sus necesidades. A continuación, se ofrece una definición de lo que entendemos por recurso bilingüe o multilingüe real:

Real multilingual resources are bilingual or multilingual resources that give a full account of term entries in at least two languages. [...] the resources [...] not only offer translation correspondences in two or more languages, but also a wider range of information such as the definition, contexts, usage examples or phraseological units in more than one language. (Buendía-Castro, 2020, p. 46)

Nos hemos centrado en los recursos que incluyen el español o el inglés, y prestado especial atención a cómo cada recurso aborda el acceso a la información fraseológica y la descripción de la información ofrecida, tanto para el término origen como para el término o términos equivalentes.

En esta investigación, se han tenido en cuenta tanto recursos en línea como recursos en papel, porque los diccionarios de papel siguen siendo una de las principales fuentes de documentación en el caso de la traducción turística. Por razones de derechos de autor, rara vez se proporciona una versión electrónica de los recursos en papel. Esto limita el acceso a la información, ya que las búsquedas tan solo son posibles a partir del término base, es decir, el sustantivo. Además, se corre el riesgo de no incluir los conceptos más recientes o los nuevos sentidos debido a la duración del proceso de publicación (Biel, 2008, p. 29). En consecuencia, actualmente se observa una tendencia creciente a utilizar recursos en línea (Dziemianko, 2010; R. Lew y Szarowska, 2017, *inter alia*), puesto que, si se diseñan de forma adecuada, pueden proporcionar un acceso más fácil a la información fraseológica en una amplia gama de contextos profesionales y lingüísticos. Además de ofrecer más opciones de búsqueda, los recursos electrónicos especializados pueden actualizarse con regularidad, mientras que los diccionarios en papel suelen estar desactualizados desde su aparición, debido a los largos procesos de publicación.

La estructura de esta investigación se resume a continuación. En las secciones 1 y 2 se detallan las características del lenguaje del turismo, con un especial hincapié en su componente fraseológico, y se presenta la Teoría Funcional de la Lexicografía. En la sección 3 se describen los recursos terminográficos especializados en el dominio del turismo, para posteriormente realizar un análisis comparativo. Más concretamente, los recursos que se comparan son el *Diccionario de términos de turismo y de ocio (Inglés-Español, Spanish-English)* (Alcaraz-Varó et al., 2006), *DicoAdventure*

(Durán-Muñoz, 2022), *IATE* y *TERMIUM Plus*. El término elegido para mostrar el estudio comparativo es *trek* (inglés), aunque se han consultado y analizado múltiples entradas de cada recurso para llevar a cabo la investigación. Por último, se incluyen las conclusiones.

1. CARACTERÍSTICAS DEL LENGUAJE DEL TURISMO

Las relaciones comunicativas en el ámbito del turismo pueden ser simétricas o asimétricas. La comunicación simétrica es aquella que se desarrolla entre profesionales, por lo que se caracteriza por un alto nivel de especialización. La comunicación asimétrica, por el contrario, es la que se lleva a cabo entre profesional (p. ej.: el gestor del producto) y turista o consumidor, por lo que contará con numerosas expresiones de la lengua general (González Pastor, 2018, p. 35).

En todo caso, el lenguaje del turismo tiene particularidades que lo diferencian de otras lenguas de especialidad. Centrándonos exclusivamente en el componente lingüístico, podemos destacar las siguientes características (Calvi, 2006, p. 57-59; Policastro Ponce, 2020, p. 205): i) *heterogeneidad*, dado que el turismo es un dominio multidisciplinar formado por muchos subdominios como el derecho, la economía, el medioambiente o la restauración, cuenta con términos pertenecientes a sectores muy diferentes; ii) *culturemas*, es decir, elementos culturales propios de una cultura o país; iii) *préstamos*, *calcos* y *extranjerismos*, especialmente anglicismos, que se dan sobre todo en la comunicación entre especialistas (p. ej.: *check-in*, *overbooking*, etc.) y que suelen ser muy comunes en la industria del ocio o en el deporte de aventuras; iv) *inglés como lingua franca*, motivado, en gran medida, por las nuevas tecnologías e Internet y por el destacado peso político de EE. UU. y su gran potencial económico (Santamaría Urbieto y Alcalde Peñalver, 2019, p. 12); v) *neologismos*, dado que surgen nuevos conceptos para designar nuevas actividades turísticas (p. ej.: *adults-only*, *selfie* (González Pastor y Candel Mora, 2017); vi) *adjetivación*, debido al predominio de la función apelativa (Navarro Coy y Soto Almela, 2014), además de la informativa (Durán Muñoz, 2012), especialmente presente en la comunicación asimétrica dirigida al turista como p. ej.: aguas cristalinas, selvas inexploradas, espléndidas vistas (González Pastor, 2018, p. 37).

A esta lista, en línea con Piccioni y Pontrandolfo (2019), nos gustaría añadir que el texto turístico se caracteriza también por la presencia de unidades fraseológicas (UF). En palabras de Navarro Coy y Soto Almela (2014, p. 137): «las UF confieren al TO una llamativa creatividad y un propósito comunicativo concreto: el de captar la atención del lector».

1.1. Aproximación al concepto de unidad fraseológica

La disciplina que estudia cómo las palabras se combinan con otras palabras se conoce como *fraseología*. En otras palabras, la fraseología estudia las frases, siendo una frase cualquier expresión multipalabra hasta el nivel de la oración (Pawley, 2001, p. 122). Al igual que ocurre con otros fenómenos lingüísticos, no existe consenso sobre el término utilizado para designar las frases. No obstante, *unidad multipalabra* parece ser el término predilecto dentro de la comunidad de procesamiento del lenguaje natural, mientras que *unidad fraseológica* es el término utilizado más frecuentemente en fraseología (Corpas Pastor, 2013). En este sentido, *una unidad fraseológica* puede definirse como:

la combinación estable de al menos dos palabras que, en virtud de las distintas corrientes, tendrá como límite superior el sintagma o la oración compuesta y presentará como rasgos inherentes la fijación o la idiomática por sí solas, o bien una combinación de ambos criterios. (Corpas Pastor, 2003, p. 134)

Los límites de las unidades fraseológicas han generado mucho debate. La Escuela de Praga propuso un modelo centro-periferia para determinar los límites de inclusión de las unidades fraseológicas. Según Fleischer (1997), este modelo se ha utilizado ampliamente para separar las unidades fraseológicas extremadamente fijas e idiomáticas (el centro) de aquellas que solo tienen un cierto grado de fijación (la periferia). Esto condujo en un principio a dos enfoques diferentes hacia el estudio de la fraseología:

i) una concepción restringida de la *fraseología* (Rossenbeck, 1989; Zuluaga, 1997; García Page, 2008, *inter alia*), que considera las *unidades fraseológicas* como combinaciones fijas de al menos dos palabras que aparecen juntas y funcionan como sustantivo, verbo, adverbio o preposición. En consecuencia, solo se contemplan las locuciones idiomáticas.

ii) una concepción más amplia de la *fraseología* (Roberts, 1998; Hausmann, 1989, Corpas Pastor, 2003, 2008, *inter alia*) sostiene que las *unidades fraseológicas* son todas las combinaciones de palabras con un cierto grado de estabilidad. Esto no incluye solo a las locuciones idiomáticas como refranes y frases hechas, sino también a las colocaciones y los compuestos.

En esta investigación se adopta una concepción amplia del concepto de *fraseología*. Por tanto, se va a tener en cuenta la inclusión, descripción y acceso de los recursos a locuciones idiomáticas, colocaciones y compuestos.

Las *locuciones idiomáticas* (*idioms*, en inglés) son «expresiones fijas cuyo significado no se puede predecir a partir de sus partes» (Langacker,

2008, p. 18). Se consideran una combinación de palabras semánticamente opacas, cuyo significado no puede deducirse del significado de las palabras que componen la combinación.

Nuestra aproximación al concepto de *colocación*, integra tanto el enfoque semántico como el enfoque basado en frecuencias. El enfoque semántico (Mel'čuk *et al.*, 1999; Hausmann, 1989, Benson *et al.*, 1986, 2009) concibe las *colocaciones* como unidades principalmente binarias con una base autónoma y un colocativo dependiente desde un punto de vista semántico. El enfoque de la colocación basado en frecuencias estadísticas (Sinclair, 2004) concibe las *colocaciones* como co-ocurrencias frecuentes de dos o más palabras.

De acuerdo con los enfoques basados en la semántica, lo que distingue una combinación como *tocar el violín* de *guardar el violín* es lo siguiente i) la definición de *violín* («instrumento musical de cuerda [...] que se hace sonar con un arco» RAE, 2023); ii) los argumentos permitidos por *tocar* («hacer sonar según arte cualquier instrumento» RAE, 2023). En este sentido, *violín* como instrumento, puede aparecer con un verbo que active el significado de hacer sonar ('tocar'). Sin embargo, la definición de *violín* no hace referencia a verbos como *guardar*. Por tanto, la combinación *guardar el violín* es una combinación libre, mientras que *tocar el violín* es una colocación.

Además, nuestro enfoque al concepto de *colocación* también incluye un cierto grado de composicionalidad en el sentido de que cada unidad léxica de una colocación conserva su significado. Así, por ejemplo, en la colocación *monopolizar un mercado*, tanto *monopolizar* como *mercado* conservan sus respectivos significados. No obstante, no son combinaciones libres, ya que el verbo viene impuesto por el significado del sustantivo y, al mismo tiempo, el verbo selecciona sus argumentos. Por último, para que una unidad de varias palabras sea una colocación, también debe tener una frecuencia elevada en los textos.

Por lo tanto, en nuestro estudio, una *colocación* es una combinación de dos o más palabras. La tipología más común, en inglés, es la siguiente (Mendoza Rivera, Mitkov, Corpas Pastor, 2013): i) verbo + sustantivo (objeto directo); ii) sustantivo o adjetivo + sustantivo; iii) sustantivo + *of* + sustantivo; iv) adverbio + adjetivo; v) verbo + adjetivo; vi) verbo+ *in*+ sustantivo; y vii) verbo + sustantivo (sujeto). En español, las colocaciones están formadas con mayor frecuencia por las siguientes estructuras (Mendoza Rivera, Mitkov, Corpas Pastor, 2013): i) verbo + sustantivo (objeto directo); ii) sustantivo + adjetivo o sustantivo; iii) sustantivo + *de* + sustantivo; iv) adverbio + adjetivo; v) verbo + adverbio; vi) verbo + preposición + sustantivo; y vii) verbo + sustantivo (sujeto).

Por último, un *compuesto* es una combinación de dos o más palabras en una nueva unidad sintagmática con un nuevo significado independiente de las partes constituyentes (Sager, 1997, p. 34). Entre sus características, destaca su formación por varias unidades, su núcleo nominal, su carácter unitario y su función denominativa (Cabezas-García, 2019, p. 70). De este modo, mientras que *turbina actual* apunta a un rasgo de la turbina, y sería una combinación libre, *turbina eólica* nombra un nuevo concepto y sería, por tanto, un compuesto (Cabezas-García, 2019, p. 70).

En consecuencia, los compuestos nominales en inglés son combinaciones de sustantivo + sustantivo o adjetivo + sustantivo. Como las colocaciones pueden tener una estructura similar, a menudo es difícil diferenciarlas de los compuestos (Heid, 2001, p. 791). A este respecto, algunos autores se cuestionan si es necesario distinguir entre colocaciones y compuestos. En este contexto, algunos autores acuñan el término de *frasema* para referirse tanto a las colocaciones como a los compuestos:

[W]e will take phrasemes to include both collocations and compounds. We realize that these are different, in that normally a compound designates a single concept while a collocation does not. However, compounds and collocations are both realizations of terminological word combinations. Furthermore, they share important relations to the conceptual structure of domains. (Meyer y Mackintosh, 1996, p. 3)

La fraseología no es algo exclusivo de la lengua general, sino que también ocurre en el lenguaje especializado y, en particular, dentro del dominio del turismo. Sin embargo, no son muchos los recursos terminográficos que ofrecen información fraseológica en sus entradas (L'Homme y Leroyer, 2009, p. 260) y, cuando lo hacen, no suelen ser coherentes en el tratamiento de las unidades fraseológicas (Montero Martínez y Buendía Castro, 2012). Además, aquellos que incluyen algún tipo de información fraseológica se centran sobre todo en la descripción de los sustantivos y restan importancia a los verbos, cuando los verbos se consideran la categoría léxica y sintáctica más significativa del lenguaje (Buendía Castro, 2012). Las limitaciones son aún mayores en los recursos terminográficos bilingües o multilingües.

2. LA TEORÍA FUNCIONAL DE LA LEXICOGRAFÍA

Según la Teoría Funcional de la Lexicografía (Bergenholtz y Tarp, 1995) los recursos lexicográficos deben diseñarse para satisfacer las necesidades de información específicas de determinados grupos de usuarios. Como afirman Bergenholtz y Tarp (2010, p. 29), las necesidades se relacionan no solo con un tipo de usuario específico, sino con un tipo

específico de situación, en el que a un tipo de usuario le puede surgir una necesidad lexicográfica relevante que le puede llevar a la consulta de un diccionario. Así pues, una *función lexicográfica* se define como «la asistencia que presta una obra lexicográfica para satisfacer los tipos específicos de necesidades de información puntual que pueda tener un tipo específico de posible usuario en un tipo específico de situación extra-lexicográfica» (Tarp, 2015, p. 35).

Esta aproximación a las necesidades de los usuarios se aplica tanto a los recursos lexicográficos como terminográficos. Por consiguiente, para poder hablar de las necesidades del usuario de cualquier recurso, es imprescindible especificar los tipos de situaciones, así como los tipos de usuarios. Los distintos estudios han demostrado que el tipo de situación es más importante que el tipo de usuario a la hora de determinar las necesidades (Tarp, 2006). En consecuencia, los criterios para establecer la tipología de usuario están determinados, en cierta medida, por los tipos de situaciones.

Las situaciones en las que los recursos lexicográficos y terminográficos pueden ayudar a los usuarios pueden dividirse en situaciones cognitivas y situaciones comunicativas. Las situaciones cognitivas están motivadas por la necesidad de adquirir nuevo conocimiento o verificar el conocimiento existente sobre un determinado tema. Así pues, se trata de necesidades de conocimiento enciclopédico relacionadas con el lenguaje, la lengua especializada, la cultura o cualquier campo temático específico (L'Homme y Leroyer, 2009, p. 269). Según Tarp (2007), las situaciones cognitivas incluyen la adquisición de información sobre un campo temático específico en la lengua materna o en una lengua extranjera; la adquisición de información sobre el lenguaje para fines específicos en lengua materna o extranjera; la comparación de un dominio especializado en dos culturas y en dos lenguas. En el caso que nos ocupa, las situaciones cognitivas vendrían motivadas por la necesidad de adquirir conocimiento dentro del dominio especializado del turismo.

Las situaciones comunicativas surgen de la necesidad de obtener la ayuda del diccionario cuando el usuario se dedica a alguna actividad textual, como leer o revisar un texto, traducir un texto de una lengua a otra o escribir un texto en la lengua materna o en una lengua extranjera (L'Homme y Leroyer, 2009, p. 270). Entre las situaciones comunicativas se incluyen la producción de texto en la lengua materna; la recepción del texto en la lengua materna; la producción de texto en una lengua extranjera; la recepción de un texto en una lengua extranjera; la traducción del texto de la lengua materna a una lengua extranjera; la traducción de un texto de una lengua extranjera a la lengua materna; la traducción de un texto de una lengua extranjera a la lengua materna (Bergenholtz y Tarp, 2010, p. 31). En nuestro caso, las

situaciones comunicativas vendrían motivadas por la necesidad de traducir un texto de inglés a español o de español a inglés, especializado en el dominio del turismo.

3. DESCRIPCIÓN DE LOS RECURSOS TERMINOGRÁFICOS ESPECIALIZADOS EN EL DOMINIO DEL TURISMO: APROXIMACIÓN FRASEOLÓGICA

A continuación, se describen y comparan algunos de los recursos más representativos que en sus entradas ofrecen terminología del ámbito del turismo del ocio. La atención se centra en cómo cada recurso representa, describe y clasifica a las unidades fraseológicas, y en cómo se han traducido. Según Ponce Márquez (2011), la traducción de las unidades fraseológicas puede dividirse en tres grupos: i) equivalencia idiomática literal, es decir, equivalencia tanto a nivel formal como semántico; ii) equivalencia funcional, es decir, semántica, pero no formal; iii) ausencia de equivalencia idiomática, no existe equivalencia idiomática en la lengua meta. La entrada analizada en todos estos recursos es el término *trek* (inglés).

3.1. *Diccionario de términos de turismo y de ocio (Inglés-Español, Spanish-English)*

El *Diccionario de términos de turismo y de ocio (Inglés-Español, Spanish-English)* (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006) es un diccionario bilingüe inglés-español, español-inglés, de términos del dominio del turismo. Cada sección cuenta con unas 8 000 entradas. Se dirige a traductores, estudiantes y profesionales de las distintas ramas del turismo y el ocio, así como a periodistas o empresarios. Incluye variantes del inglés americano y británico. El diccionario está organizado alfabéticamente. Especifica trece subdominios del turismo, a saber: alojamiento (ALOJ); arte/cultura (ARTE/CULTURA); clima (CLIMA); deportes (DEPOR); teatro, circo, etc. (ESPECT); gestión (GESTIÓN); general (GRAL); juegos (JUEGOS); *marketing* (MKTNG); paisaje (PAISAJE); restauración (RESTAUR); seguro (SEGURO); viaje (VIAJE). Conviene destacar que incluye unidades fraseológicas como lemas, sobre todo para la sección español-inglés.

En lo que se refiere a la microestructura, el recurso ofrece una descripción detallada de cada lema incluyendo una amplia variedad de combinaciones asociadas al mismo. En primer lugar, las diferentes acepciones del lema se designan utilizando un subíndice (en este caso solo tiene un significado, por lo que no hay subíndices en los lemas). La Tabla 1 ofrece la entrada de *trek* en este recurso.

trek v: DEPOR caminar; especialmente cuando el camino es largo y ofrece dificultad ◊ *I trekked the whole bazaar but I couldn't find anything I liked*. V. *hike* [Exp: **trekking** (DEPOR senderismo/marcha, «trekking»; especialmente en zonas montañosas - *mountain areas*- ◊ *Trekking holidays have become popular again in recent years*; V. *adventure sport, bush-walking, hiking, mountaineering*)].

Tabla 1. Entrada para trek

Fuente. Alcaraz-Varó *et al.* (2006)

Como se muestra en la Tabla 1, después del lema, se ofrece la categoría gramatical, seguida del subdominio en el que se inserta y el o los posibles equivalentes en la otra lengua. En este caso, como se puede observar en la Tabla 1, dentro del subdominio de deportes (DEPOR), el equivalente para *trek* en español es «caminar». A continuación, se ofrece una explicación sucinta después del equivalente («especialmente cuando el camino es largo y ofrece dificultad»). Asimismo, se proporcionan ejemplos de uso después del símbolo «◊» (p. ej.: «I trekked the whole bazaar but I couldn't find anything I liked»). Las entradas también incluyen referencias cruzadas a otros lemas encabezados por una S (de 'see') (en la sección español-inglés), y encabezados por una V (de 'véase') (en la sección inglés-español). En este caso particular, dada la aproximación semántica, se remite al usuario a la entrada de *hike* (V. *hike*) Por último, se enumeran en negrita las diversas combinaciones posibles con el lema, es decir, unidades fraseológicas, como colocaciones, frases hechas, locuciones, etc., así como palabras derivadas, encabezadas por la abreviatura *Exp.* La información que se muestra para cada unidad fraseológica o término derivado tiene la misma estructura que la información proporcionada para el lema (es decir, subdominio y equivalencia de la unidad fraseológica, ejemplos de uso y referencias cruzadas a otras combinaciones de palabras, cuando procede). En esta entrada, no aparecen elementos fraseológicos, pero sí se ofrece el término *trekking*, cuyos equivalentes en español son «senderismo», «marcha» o incluso el anglicismo *trekking*. Se ofrece la explicación de que normalmente se da en zonas montañosas, y se ofrece el equivalente «mountain areas».

3.2. *DicoAdventure*

DicoAdventure (Durán-Muñoz, 2022) es un diccionario en línea sobre el turismo de aventura. Los datos se han extraído del corpus ADVENCOR

que contiene 1 005 480 palabras, derivado de textos promocionales originales recientes en inglés sobre el turismo de aventura que fueron publicados en sitios web de países anglófonos, tales como Reino Unido, Estados Unidos e Irlanda (Jiménez-Navarro y Durán-Muñoz, 2022). Se trata de un recurso que se centra en los verbos, para la combinación inglés-español. DicoAdventure permite buscar alfabéticamente, utilizando un índice o mediante un motor de búsqueda. El motor de búsqueda realiza búsquedas basadas en los siguientes criterios: i) partes de la entrada, es decir, se puede acotar la búsqueda por lema, definición, función semántica, realizaciones lingüísticas de los argumentos o contextos de uso; ii) idioma (inglés, español o ambos); iii) precisión, que permite búsquedas de *precisión exacta*, por *empieza con*, *contiene* o *termina con*. Hoy en día contiene 66 entradas en inglés y 69 en español. Aunque el número de lemas pueda parecer reducido, las entradas son muy completas, como se puede observar en la Imagen 1.

Al igual que ocurre con el *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006), en caso de que haya varias acepciones, se ofrece cada acepción con un subíndice, como ocurre en este caso. En líneas generales, cada entrada incluye la siguiente información: i) la definición, en la que se especifica, con distintos colores, las funciones semánticas de los argumentos, *trek* se define como «A TOURIST goes on a long difficult walk in the mountains (PATH/PLACE), usually uphill (DIRECTION), from SOURCE to DESTINATION»; ii) una nota de uso, por ejemplo, para el caso que nos ocupa, se indica que «in tourism domain, the verbs “trek” and “hike” are sometimes used interchangeably, regardless their differences in duration and difficulty»; iii) la estructura argumental de la definición, en la que se muestra el esquema definicional a través de las funciones semánticas activadas¹, es decir, «TOURIST ~ DIRECTION in/on PLACE or along PATH to DESTINATION»; iv) las realizaciones lingüísticas de los argumentos y las distintas instancias para cada argumento, por ejemplo, para la función de *PLACE*, los argumentos pueden ser *country* o *mountain*, y al pinchar sobre *EX*, se ofrecen ejemplos extraídos del corpus que instancian los argumentos (para el argumento *country*, se ofrecen como instancias extraídas del corpus, *trek in South American, Tibet, Nepal, Australia and New Zealand*); v) los equivalentes en español, en este caso aparece *viajar arduamente* como equivalente de *trek*; vi) los contextos ricos en conocimiento, extraídos del corpus, en este caso del corpus ADVENCOR, (por ejemplo, «trek the world's highest unclimbed mountain»), así como contextos anotados y tablas resumen de los contextos; vii) los significados relacionados, como sinónimos

¹ Para profundizar en el concepto de *argumento* y *función semántica*, presente en distintos recursos lexicográficos y terminográficos, véase Buendía-Castro (2021).

o cuasisinónimos, en este caso se ofrece *hike*, como sinónimo de *trek*; viii) las colocaciones (se indica *trek down* y *trek up*) (veáse la Imagen 2); ix) el hipónimo/hiperónimo, en este caso se señala que *trek* es hipónimo de *walk*; x) los términos derivados como *trekking*, *trek*, *trekker*; xi) una imagen que evoca el concepto (no se incluye por limitaciones de espacio); xii) la fecha de creación de la entrada.

trek ₁ vt/vi

Definición Estructura argumental

A **TOURIST** goes on a long difficult walk in the mountains (**PATH / PLACE**), usually uphill (**DIRECTION**), from **SOURCE** to **DESTINATION**.

- NOTE 1. In tourism domain, the verbs "trek" and "hike" are sometimes used interchangeably, regardless their differences in duration and difficulty.

Realizaciones lingüísticas de argumentos y ejemplos

Haga clic en los botones EX para ver ejemplos encontrados para los diferentes argumentos

Tourist EX	Direction EX	Place EX	Path EX	Source	Destination EX
cave diver enthusiast	up uphill	country mountain	hill mountain pass path river river line snow trail		crater desert lake off point territory village wilderness

Equivalentes

Español

viajar arduamente

Contextos Contextos anotados Resumen

Trek the world's highest unclimbed mountain. [ADVENCOR]
 The ultimate dream of a trekking enthusiast is to trek the highest mountain in the world. [ADVENCOR]
 Whether you want to climb Kilimanjaro, trek the iconic Inca Trail to Machu Picchu or cycle across the Tibetan plateau, we can make it happen. [ADVENCOR]
 Hundreds of people trek the trail every day. [ADVENCOR]
 Lace up your hiking boots and trek this trail. [ADVENCOR]

Significados relacionados Colocaciones Hipónimos de Diferentes partes del discurso y derivados

Explicación	Término
Near synonym	hike (vt/vi)

Imagen 1. Extracto de los resultados para *trek* en DicoAdventure
 Fuente. DicoAdventure (2022)

La Imagen 2 muestra el extracto de las colocaciones para *trek* en su sentido de verbo. Como se ha mencionado, se ofrecen las colocaciones *trek down* y *trek up*, se indica el tipo de colocación (verbo + adverbio), se ofrece una explicación de su significado (*in a downward DIRECTION, in an upward*

DIRECTION), así como ejemplos de uso extraídos del corpus, en los que los distintos argumentos que apuntan a distintas funciones, se destacan con colores (p. ej.: «After breakfast in Gorakshep, we TREK down to Dhugla, then continue staying high above the valley floor in Imja valley»).

Collocation	Type	Explanation	Examples
trek down	verb + adverb	~ in a downward DIRECTION	After breakfast in Gorakshep, we TREK down to Dhugla , then continue staying high above the valley floor in Imja valley. You will TREK down to lodge at Gokyo on the same day.
trek up	verb + adverb	~ in an upward DIRECTION	One morning we decided to TREK up along the hills surrounding the lake . Once our pilots, Toni and Tobias with Airtime Paragliding, arrived, it was time to TREK up to the take off point . They had to TREK into the wilderness, up and over Chilkoot Pass to the gold fields of the Yukon .

Imagen 2. Extracto de las colocaciones ofrecidas para trek en DicoAdventure
Fuente. DicoAdventure (2022)

DicoAdventure, también ofrece la entrada para *trekking* (sustantivo), en inglés. Conviene destacar que para obtener más información acerca del posible equivalente de traducción (definición, información fraseológica, contextos de uso), el usuario tiene que remitirse a las entradas disponibles para la sección de español, pues no hay una equivalencia directa.

La Imagen 3 recoge la entrada equivalente que se ofrece para *trekking* (inglés) que es el anglicismo *trekking* en español. Como puede observarse, en las entradas nominales se indica la definición, en la que se destacan los argumentos y las funciones semánticas que se activan, en mayúscula, con colores (p. ej.: «Actividad practicada por deportistas (**TURISTA**) que consiste en caminar por zonas naturales o montañosas (**LUGAR**) a lo largo de varios días, generalmente por rutas alejadas y poblaciones (**CAMINO**), y que revisten cierta dificultad»). A continuación, se ofrece la estructura argumental y los contextos de uso extraídos del corpus (p. ej.: «Para llegar a la base de la montaña se hace un *trekking* de aproximación y aclimatación, precisamente para evitar el mal de altura»).

trekking , n		[E.JJ: 2023-03-15]	Top
Definition	Argument structure		
Actividad practicada por deportistas (TURISTA) que consiste en caminar por zonas naturales o montañosas (LUGAR) a lo largo de varios días, generalmente por rutas alejadas de caminos y poblaciones (CAMINO), y que revisten cierta dificultad.			
Contexts			
Para llegar a la base de la montaña se hace un <i>trekking</i> de aproximación y aclimatación, precisamente para evitar el mal de altura. [Montañismo_es]			
Existen tramos equipados con cadenas para dar más seguridad a los montañeros, especialmente para los que están haciendo el <i>trekking</i> que llevan mochilas pesadas. [Montañismo_es]			
Las jornadas de <i>trekking</i> son muy agradables y ofrecen magníficas vistas de los pueblos sherpa, de sus casas con sus techos de distintos colores, de las banderas de oraciones, de los monasterios budistas. [Montañismo_es]			
Desayunamos bien temprano, nos cargamos las mochilas y comenzamos el <i>trekking</i> hacia el Cerro Tres Picos. [Montañismo_es]			
Partimos de Huaraz en bus privado al poblado de Pashpa donde nos esperan los amieros y los burros para transportar el equipaje de campamento como personal, posteriormente aquí se inicia el <i>trekking</i> hasta el campo base Isthica, que nos tomará un promedio de cuatro a cinco horas según el ritmo de <i>trekking</i> de cada persona luego llegaremos al campamento que se encuentra a una altitud de (4400m.). [Montañismo_es]			

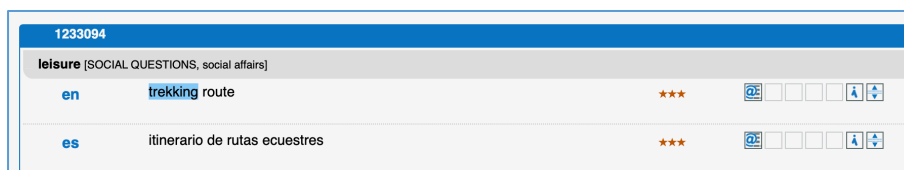
Imagen 3. Entrada de *trekking* en español en *DicoAdventure*

Fuente. *DicoAdventure* (2022)

3.3. IATE

IATE (Terminología Interactiva para Europa, por sus siglas en inglés) es la base de datos terminológica multilingüe de la Unión Europea, disponible en línea desde 2004. Incluye más de ocho millones de términos, más de un millón de entradas, con más de 130 000 unidades fraseológicas en los 24 idiomas oficiales de la Unión Europea, y crece a un ritmo de 300 nuevos términos por día. *IATE* abarca una amplia gama de dominios especializados, como la política, las relaciones internacionales, el medioambiente, etc. Permite realizar búsquedas por *coincidencia exacta*, por *secuencia exacta*, por *todas las palabras*, por *cualquier palabra* o por *secuencia parcial* en la lengua de origen. Esto es especialmente interesante para la recuperación fraseológica. Además, permite buscar cualquier tipo de término (es decir, *abreviatura*, *forma corta*, *frase*, *abreviatura*, *término completo* o en *todo*) y en cualquier parte de la entrada terminológica (es decir, *término*, *nota* o *contexto*). Las consultas también pueden restringirse a un subdominio específico.

La búsqueda de *trek* del inglés al español da como resultado cuatro compuestos, de los que uno está relacionado con el ámbito del turismo. A diferencia de muchos recursos especializados, *IATE* también incluye verbos y adjetivos como entradas. Por consiguiente, se permiten búsquedas a partir del sustantivo, el adjetivo y el verbo. Esta es, de hecho, una de sus características más destacables. La Imagen 4 ofrece un extracto de los resultados para el compuesto *trekking route* en *IATE*.



1233094			
leisure [SOCIAL QUESTIONS, social affairs]			
en	trekking route	***	
es	itinerario de rutas ecuestres	***	

Imagen 4. Resultados para *trekking route* en el ámbito de *leisure* en *IATE*

Fuente. *IATE* (2023)

Además de proporcionar el dominio en el que se incluye el término de búsqueda (p. ej.: *trekking route* se encuentra dentro del dominio de *leisure* [tiempo libre]), para cada entrada, *IATE* proporciona acceso a la referencia desde la que se ha extraído la definición (), la definición (), la nota de uso () , si se necesita, y contextos de uso (). Asimismo, *IATE* también incluye un código de fiabilidad (tres estrellas para información muy fiable y una

estrella cuando la fiabilidad no puede ser verificada). En este caso, se puede observar que la entrada no cuenta con mucha información, tan solo ofrece el equivalente en español «itinerario de rutas ecuestres» y señala que es un término original y equivalente fiable que se ha documentado, puesto que tiene tres estrellas. No obstante, a diferencia de otras entradas, no facilita ni definición ni contextos de uso para ninguno de los términos. Lo mismo sucede con el término *hike* muy próximo semánticamente a *trek* y otros términos pertenecientes al ámbito del turismo del ocio.

3.4. *TERMIUM Plus*

TERMIUM Plus es una base de datos terminológica que ha sido desarrollada durante más de 40 años por el Gobierno del Canadá (2023). Es una de las mayores bases de datos en línea y cuenta con millones de términos que cubren una gran variedad de dominios especializados, en inglés y en francés, principalmente, pero también en español y portugués. Además, se actualiza continuamente con nuevas entradas terminológicas. Las consultas pueden formularse en cualquiera de las cuatro lenguas. El término de búsqueda puede ser una unidad fraseológica, un sustantivo, un verbo o un adjetivo y el usuario puede especificar el alcance de la búsqueda entre dos opciones: en todos los términos (es decir, todas las entradas en las que los términos aparecen exactamente como se han introducido) o en todos los registros (es decir, la recuperación en todas las secciones del registro, como la definición). Luego, para cada lengua específica, se ofrecen más opciones de búsqueda. Los usuarios también pueden restringir la búsqueda a un dominio específico. Por defecto, el motor de búsqueda de *TERMIUM Plus* busca en todos los términos, en todos los campos y en todas las lenguas, aunque el número de resultados se limita a los 100 registros más recientes.

En la búsqueda que se lanzó para *trek* (inglés) dentro de todos los registros y todos los términos, el sistema ofreció tres entradas relacionadas con el dominio del turismo: *trek*, *trekking* o *trekking lane*.

TREKKING [1 record] Alphabetical list of terms Filter results by subject field

Record 1 2011-08-16

English	French	Spanish
Subject field(s) <ul style="list-style-type: none"> Mountain Sports Sports (General) 	Domaine(s) <ul style="list-style-type: none"> Sports de montagne Sports (Généralités) 	Campo(s) temático(s) <ul style="list-style-type: none"> Deportes de montaña Deportes (Generalidades)
trekking <p>correct</p>	randonnée d'aventure <p>correct, feminine noun</p>	caminata <p>correct, feminine noun</p>
trek <p>correct, noun</p>	randonnée de haute montagne <p>correct, feminine noun</p>	
DEF A journey or trip, especially one involving difficulty or hardship.	randonnée pédestre en moyenne ou haute montagne <p>correct, feminine noun</p>	
OBS trekking; trek. Terms used by Parks Canada.	trekking <p>correct, masculine noun</p>	
	trek <p>masculine noun</p>	
	DEF Randonnée pédestre de plusieurs jours se déroulant dans une zone naturelle peu accessible et nécessitant une logistique et des équipements qui garantissent l'autonomie des participants.	
	CONT La randonnée de haute montagne ne comporte pas de difficultés techniques, et l'usage des mains n'y est en principe pas nécessaire. C'est la forme la plus courante de l'alpinisme, la seule que l'on puisse pratiquer, sous la conduite d'une personne expérimentée, sans la moindre connaissance de la haute montagne. Elle se distingue de la randonnée proprement dite en ce que son terrain n'est plus la moyenne montagne, mais le glacier et les pentes rocheuses; on la délimitera d'avec les autres formes d'alpinisme par le critère suivant : les techniques de l'assurage n'y sont pas nécessaires et le risque de chute est minime.	
	OBS trekking, randonnée pédestre en moyenne ou haute montagne : termes en usage à Parcs Canada.	

Imagen 5. Extracto de los resultados de trek en TERMIUM Plus
Fuente. *TERMIUM Plus* (2023)

La Imagen 5 muestra un extracto de los resultados de *trek* en TERMIUM Plus. Como se puede comprobar, en cada entrada se especifica el subdominio (en este caso, se trata de *mountain sports*, *sports general*), seguido del término o la unidad fraseológica en los que aparece el lema. Para la mayoría de los registros se proporciona una definición, encabezada por *DEF* y uno o varios contextos de uso, encabezado por *CONT* (contexto). Asimismo, en ocasiones, se incluye una sección con observaciones (*OBS*), donde se proporciona más información relacionada con la entrada del término que, con una gran frecuencia, ofrece indicaciones de uso. Por último, para ciertas entradas de términos se facilita información colocacional encabezada por (*PHR*).

En el extracto de los resultados que se proporcionan en la Imagen 5 podemos ver que *TERMIUM Plus* nos ofrece *trekking* como sinónimo de *trek*,

en inglés, cuando tiene la categoría gramatical de sustantivo. Asimismo, proporciona una definición («a journey or trip, especially one involving difficulty or hardship») y presenta algunas indicaciones de uso en Canadá. Para la lengua española, solo se ofrece el equivalente («caminata»). La información para el francés es mucho más completa, puesto que incluye varios sinónimos, definición, contexto y observaciones².

4. ANÁLISIS COMPARATIVO

Para localizar información en un recurso, se distingue entre la etapa macroestructural, es decir, llegar a la entrada terminológica correcta, y la etapa microestructural, es decir, obtener la información relevante dentro de cada entrada (R. Lew, 2012, p. 344). Así pues, en esta sección proporcionamos un análisis comparativo de los recursos descritos en la sección 3, en relación con las siguientes características: i) la macroestructura del recurso, es decir, la posibilidad de acceder a la entrada correcta y ii) la microestructura del recurso, la información que se proporciona para cada entrada.

Como se muestra en la Tabla 2, a excepción del *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006), los tres recursos restantes se encuentran disponibles en formato digital e incluyen un motor de búsqueda. Además, de estos tres todos salvo *DicoAdventure*, disponen de una interfaz de búsqueda conocida como *búsqueda a medida que se escribe* («type-ahead search, search-as-you-type», en inglés) (R. Lew, 2012, p. 249). En otras palabras, el cuadro de búsqueda del recurso sugiere una lista de resultados después de teclear algunos caracteres. Entre las sugerencias, se incluyen unidades fraseológicas con los caracteres tecleados, lo que significa que todos los recursos incluyen unidades fraseológicas (sobre todo, compuestos) como entradas y el usuario puede buscar una unidad monoléxica o poliléxica en el cuadro de búsqueda. Esto es de gran ayuda, ya que el problema con la recuperación de unidades fraseológicas reside en que, muy a menudo, el usuario desconoce dónde recuperarlas porque, como se ha mencionado con anterioridad, todavía no existe un tratamiento sistemático de la información fraseológica en los diccionarios. Asimismo, *IATE* y *TERMIUM Plus* permiten a los usuarios consultar los motores de búsqueda por sustantivo, verbo o unidad fraseológica, lo que mejora las búsquedas y facilita la recuperación de información. *DicoAdventure*, por su parte, contiene, en especial, unidades verbales. El *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (Alcaraz-Varó *et al.*, 2006) ofrece sustantivos, verbos, adjetivos y unidades fraseológicas como entradas, pero no permite opciones avanzadas

² Dado que esta investigación se centra en la combinación inglés-español, no se procede a la descripción detallada de los contenidos en otras lenguas.

de búsqueda al solo estar disponible en papel, aunque sí incluye un índice. El hecho de que los recursos analizados, en líneas generales, incluyan sustantivos, verbos, adjetivos y unidades fraseológicas como entradas es, sin duda, un aspecto muy positivo que incrementa las posibilidades de acceder al término adecuado.

En lo que se refiere a la microestructura de las entradas, todos incluyen UF en sus entradas, tanto para la lengua origen como para la lengua meta. No obstante, el único que ofrece un intento de clasificación de las colocaciones es *DicoAdventure*. Esto es de gran interés para traductores o intérpretes, pues permite adquirir información conceptual y lingüística imprescindible para el proceso de documentación, en cualquier encargo de traducción o de interpretación.

Asimismo, todos los recursos identifican el subdominio al que pertenece cada término, excepto *DicoAdventure*, ya que se centra exclusivamente en el ámbito del turismo de aventura. Del mismo modo, todos incluyen las diferentes acepciones del término. La categoría gramatical se especifica en Alcaraz *et al.* (2006) y en *DicoAdventure*. Además, todos los recursos proporcionan una definición tanto para el término origen como para su equivalente, aunque en este aspecto se observan diferencias significativas. Alcaraz *et al.* (2006) ofrece explicaciones breves, más cercanas a descripciones que a definiciones completas. Por su parte, *DicoAdventure* utiliza definiciones basadas en la estructura argumental de los predicados, por lo que destaca al mismo tiempo las funciones semánticas. Esto implica que, para aprovechar plenamente este recurso, es recomendable que el usuario esté familiarizado con dichos conceptos lingüísticos antes de utilizarlo. Por último, tanto *IATE* como *TERMIUM Plus* ofrecen definiciones acompañadas de la fuente de la que se ha extraído la información, en la mayoría de las entradas.

Además de la definición, todos los recursos incluyen contextos de uso, aunque también se observan diferencias. Dadas las limitaciones de espacio de Alcaraz Varó *et al.* (2006), al estar impreso, en este recurso solo se incorporan contextos de uso para algunos términos o UF. Por el contrario, *DicoAdventure* ofrece un gran número de contextos de uso extraídos del corpus.

Todos los recursos analizados dan indicaciones de uso, cuando es necesario. *IATE* es el único que incluye un código de fiabilidad basado en estrellas para destacar las entradas bien documentadas de aquellas que no lo están. Por ejemplo, aquellas con tres estrellas se considerarán como opciones muy fiables.

Conviene destacar asimismo que tanto Alcaraz-Varó *et al.* (2006) como *DicoAdventure* contienen remisiones o referencias cruzadas a otras entradas relacionadas semánticamente, lo que puede completar la adquisición de información conceptual para el proceso traductor. Por último, comprobamos que *DicoAdventure* es el único recurso que ofrece imágenes para complementar la información conceptual activada en la definición.

	Parámetros	Alcaraz-Varó <i>et al.</i> (2006)	<i>DicoAdventure</i>	IATE	TERMIUM Plus
MACROESTRUCTUR	Digital	No	Sí	Sí	Sí
	Índice	Sí	Sí	No	No
	Motor de búsqueda	No	Sí	Sí (<i>type-ahead search</i>)	Sí (<i>type-ahead search</i>)
	Tipos de entradas	Sustantivos Adjetivos Verbos UF			
MICROESTRUCTURA	Subdominio	Sí	No	Sí	Sí
	Acepción	Sí	Sí	Sí	Sí
	Categoría gramatical	Sí	Sí	No	No
	Equivalente	Sí	Sí (no directo)	Sí	Sí
	Explicación/de finición	Sí (solo a veces)	Sí (utilizando estructura argumental con funciones)	Sí	Sí
	Ejemplos de uso	Sí (a veces)	Sí (varios)	Sí	Sí
	Notas de uso	Sí (si es necesario)			
	Código de fiabilidad	No	No	Sí	No
	Remisiones/referencias cruzadas	Sí	Sí (a través de <i>significados relacionados</i>)	No	No
	Unidades fraseológicas	Sí			
	Imagen	No	Sí	No	No

Tabla 2. Análisis comparativo de la macro y microestructura de cada recurso

Fuente. elaboración propia

CONCLUSIONES

Los recursos en línea bilingües y multilingües desempeñan un papel esencial para cualquier traductor. Esto cobra especial relevancia en algunos dominios especializados, como el turismo del ocio. El análisis comparativo llevado a cabo en la sección 4 muestra que nos encontramos en la dirección correcta, pero que todavía queda mucho por avanzar. Por un lado, el número de recursos que contienen terminología del turismo del ocio ha aumentado considerablemente en los últimos años y todos empiezan a incluir, además de unidades nominales, unidades verbales y unidades fraseológicas en sus entradas, lo que mejora enormemente las posibilidades de búsqueda para traductores e intérpretes. No obstante, el número de entradas terminológicas de este subdominio es todavía limitado en la mayoría recursos. Por otro lado, cuando incluyen entradas terminológicas sobre el turismo del ocio, no suelen estar muy completas, y los equivalentes de traducción que proporcionan no se encuentran sistematizados. De esta forma, hemos podido comprobar que los distintos recursos incluyen equivalentes distintos (*trekking, caminata, senderismo*), incluso el mismo recurso, ofrece distintos equivalentes de traducción, sin indicaciones precisas de cuál es el más adecuado en función del contexto en el que se presente. La razón de esto puede deberse a que se trata de un subdominio muy dinámico, a la aparición de deportes nuevos o a la presencia de múltiples neologismos y numerosos calcos, provenientes en su mayoría del inglés.

Todos los recursos analizados son opciones muy valiosas para el traductor turístico. Uno de los aspectos más positivos del *Diccionario de términos de turismo y de ocio* (Alcaraz Varó et al., 2006) es el número de combinaciones proporcionadas. Las traducciones de las combinaciones son directas o explicativas cuando el mismo concepto no se lexicaliza de la misma manera en la otra lengua. *DicoAdventure*, por su parte, destaca en particular por la minuciosidad de su microestructura, con la inclusión de gran cantidad de información lingüística y conceptual para cada lema, así como el hecho de que sea un recurso centrado en las unidades verbales. En el caso de IATE, aunque la entrada de *trek*, no es quizás la más representativa, ofrece una gran cantidad de unidades fraseológicas y, a su vez, suele incluir información terminológica muy detallada para cada entrada. Por último, *TERMIUM Plus* incluye información fraseológica que es muy difícil encontrar en otros recursos y resulta muy útil para búsquedas inversas del español al inglés.

Después de este análisis comparativo, podemos concluir que un recurso útil destinado a ayudar en la traducción de textos del ámbito del

turismo del ocio, del inglés al español o viceversa debería incluir la siguiente información: i) sustantivos, adjetivos, verbos y unidades fraseológicas como entradas para mejorar la recuperación de información; ii) diversas formas de acceder a la información (permitiendo búsquedas por sustantivo, unidad fraseológica, adjetivo y verbo); iii) una definición y contextos de uso tanto para el término de origen como para el traducido, con el fin de mejorar la adquisición de información conceptual y lingüística; y iv) correspondencias directas entre unidades fraseológicas en los diferentes idiomas, así como una evaluación del grado de equivalencia en el mismo idioma o en diferentes idiomas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz-Varó, E., Hughes Cunningham, B. P., Campos Pardillos, M. A., Pina Medina, V. M. y Aleson-Carbonell, M. (2006). Diccionario de términos de turismo y de ocio (Inglés-Español, Spanish-English). Ariel.
- Benson, M., Benson, E. e Ison, R. F. (1986). *Lexicographic Description of English*. Studies in Language Companion Series. John Benjamins.
- Benson, M., Benson, E. e Ison, R. F. (2009). *The BBI Combinatory Dictionary of English*. John Benjamins.
- Bergenholtz, H. y Tarp, S. (1995). *Manual of Specialised Lexicography. The Preparation of Specialised Dictionaries*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/btl.12>
- Bergenholtz, H. y Tarp, S. (2010). LSP Lexicography or Terminography? The Lexicographer's Point of View. En P. A. Fuertes-Olivera (Ed.), *Specialized Dictionaries for Learners* (pp. 27-37). De Gruyter.
- Biel, Ł. (2008). Legal terminology in translation practice: dictionaries, googling or discussion forums. *SKASE Journal of Translation and Interpretation*, 3(1), 22-38.
- Buendía Castro, M. (2012). Verb dynamics. Terminology: International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication, 18(2), 149-166. <http://dx.doi.org/10.1075/term.18.2.01bue>
- Buendía-Castro, M. (2020). Bilingual and multilingual online environmental knowledge resources: a comparative study for translation purposes. *International Journal of Lexicography*, 3(1), 40-72. <https://doi.org/10.1093/ijl/ecz022>
- Buendía-Castro, M. (2021). Adquisición de información conceptual y lingüística a través de los predicados y sus argumentos. *Comares*.

- Cabezas-García, M. (2019). Los compuestos nominales en terminología: formación, traducción y representación [Tesis doctoral, Universidad de Granada]. Repositorio institucional de la Universidad de Granada
- Calvi, M. V. (2006). Lengua y comunicación en el español del turismo. Arco Libros.
- Corpas Pastor, G. (2003). Diez años de investigación en fraseología: análisis sintáctico semánticos, contrastivos y traductológicos. Vervuert, Ibero-America.
- Corpas Pastor, G. (2008). Investigar con corpus en traducción: los retos de un nuevo paradigma. Peter Lang.
- Corpas Pastor, G. (2013). All that Glitters is not Gold when Translating Phraseological Units. En J. Monti, R. Mitkov, G. Copras Pastor y V. Seretan (Eds.), *Workshop Proceedings for: Multi-word units in Machine Translation and Translation Technologies* (pp. 9-10). The European Association for Machine Translation. <https://aclanthology.org/attachments/2013.mtsummit-wmwumttt.1.Presentation.pdf>
- DicoAdventure. (2023). DicoAdventure. Diccionario en línea sobre el Turismo de aventura. <http://olst.ling.umontreal.ca/dicoadventure>
- Durán-Muñoz, I. (2012). Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones. *Revista de Lingüística y Lenguas aplicadas*, 7, 103-113. <https://doi.org/10.4995/rlyla.2012.1127>
- Durán-Muñoz, I. (2022). El trabajo terminográfico basado en corpus: el caso del recurso DicoAdventure. *Estudios de Traducción*, 12, 109-118. <https://doi.org/10.5209/estr.80584>
- Dziemianko, A. (2010). Paper or electronic? The role of dictionary form in language reception, production and the retention of meaning and collocations. *International Journal of Lexicography*, 23(3), 257-273. <https://doi.org/10.1093/ijl/ecp040>
- Fleischer, W. (1997). *Phraseologie Der Deutschen Gegenwartssprache*. Bibliographisches Institut, VEB Verlag Enzyklopädie.
- García Page, M. (2008) *Introducción a la fraseología española: estudio de las locuciones*. Anthropos.
- Gobierno de Canadá. (s.f.) *TERMIUM Plus* [Base de datos en línea]. <http://www.btb.termiumplus.gc.ca/>

- González Pastor, D. M. y Candel Mora, M. A. (2014). Creación léxica y anglicismos en el lenguaje de la gestión profesional del turismo en español. *E-aesla* 3, 321-331.
- González Pastor, D. M. (2018). ¿Cómo se traducen los culturemas del ámbito turístico? Análisis de estrategias de traducción (español-inglés). Comares.
- Hausmann, F. J. (1989). Le dictionnaire de collocations. En F. J. Hausmann, O. Reichmann, H. E. Wiegand y L. Zgusta (Eds.), *Wörterbücher / Dictionaries / Dictionnaires — Ein internationales Handbuch zur Lexikographie / An International Encyclopedia of Lexicography / Encyclopédie internationale de lexicographie* (pp. 1010-1019). De Gruyter.
- Heid, U. (2001). Collocations in Sublanguage Texts: Extraction from Corpora. En S. E. Wright (Ed.), *Handbook of Terminology Management: Applications-Oriented Terminology Management*. Vol. II. (pp. 788-808). John Benjamins.
- ICEX. (2023). El turismo consolidó su recuperación en España en 2023. <https://www.investinspain.org/content/icex-invest/es/noticias-main/2024/exceltur.html>
- Jiménez-Navarro, E. L. y Durán-Muñoz, I. (2024). Collocations of fictive motion verbs in adventure tourism: A corpus-based study of the English language. *Revista Española de Lingüística Aplicada*, 37(2), 371-395. <https://doi.org/10.1075/resla.21042.jim>
- L'Homme, M. C. y Leroyer, P. (2009). Combining the Semantics of Collocations with Situation-driven Search Paths in Specialized Dictionaries. *Terminology: International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication*, 15(2), 258-283. <https://doi.org/10.1075/term.15.2.05lho>
- Langacker, R. W. (2008). *Cognitive Grammar. A Basic Introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195331967.001.0001>
- Lew, R. (2012). How can we make electronic dictionaries more effective? En S. Granger y M. Paquot (Eds.), *Electronic lexicography* (pp.343-361). Oxford University Press.
- Lew, R. y Szarowska, A. (2017). Evaluating online bilingual dictionaries: The case of popular free English-Polish dictionaries. *ReCALL*, 29(2), 138-159. <https://doi.org/10.1017/S0958344016000252>

- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P. y Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020, *Tourism Geographies*, 22(3), 455-466. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770326>
- Mel'čuk, I., Arbatchewsky-Jumarie, N., Iordanskaja, L., Mantha, S., Polguère, A., y Clas, A. (1999). *Dictionnaire explicatif et combinatoire du français contemporain. Recherche lexico-sémantiques I, II, III, IV*. Les Presses de l'Université de Montréal. <https://doi.org/10.2307/j.ctv69t5n2>
- Mendoza Rivera, O., Mitkov, R. y Corpas Pastor, G. (2013). A Flexible Framework for Collocation Retrieval and Translation from Parallel and Comparable Corpora. En R. Mitkov, J. Monti, G. Corpas Pastor y V. Seretan (Eds.), *Multiword Units in Machine Translation and Translation Technology* (pp. 163-180). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/cilt.341.08riv>
- Meyer, I. y Mackintosh, K. (1996). Refining the Terminographer's Concept-analysis Methods: How Can Phraseology Help?, *Terminology: International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication*, 3(1), 1-26. <https://doi.org/10.1075/term.3.1.02mey>
- Montero Martínez, S. y Buendía Castro, M. (2012). La sistematización en el tratamiento de las construcciones fraseológicas: el caso del medio ambiente. En I. Elorza, O. Carbonell-i-Cortés, R. Albarrán, B. García-Riaza, y M. Pérez-Veneros (Eds.), *Empiricism and Analytical Tools for 21st Century Applied Linguistics* (pp. 711-724). Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- Navarro Coy, M. y Soto Almela, J. (2014). La traducción de la idiomática en el contexto turístico español-inglés. *Paremia*, 23, 135-146.
- Organización Mundial del Turismo. (2001). *Tesaurus de Turismo y Ocio*. <https://vocabularyserver.com/tlla/es/index.php>
- Pawley, A. (2001). Phraseology. *Linguistics and the Dictionary*. *International Journal of Lexicography*, 14(2), 122-134. <https://doi.org/10.1093/ijl/14.2.122>
- Piccioni, S. y Pontrandolfo, G. (2019). La construcción del espacio turístico a través de la fraseología metafórica. *Linguistik Online*, 94(1), 137-153. <https://doi.org/10.13092/lo.94.5436>
- Policastro Ponce, G. (2020). La multimodalidad en la traducción de textos turísticos. En S. Rodríguez-Tapia y A. González Fernández (Eds.),

- Lenguas y turismo: Estudios en torno al discurso, la didáctica y la divulgación (pp. 201-219). Peter Lang.
- Ponce Márquez, N. (2011). El arte de traducir expresiones idiomáticas: la finalidad de la funcionalidad, *Hermēneus. Revista de Traducción e Interpretación*, 13, 1-14.
- Real Academia Española. (2023). Diccionario de la lengua española. <https://www.rae.es/diccionario-espanol-online>
- Relinque Barranca, M. (2018). La traducción hacia el inglés de las señales turísticas de Sevilla: problemas y consecuencias para el Turismo. *Sendebarr*, 29, 277-303. <http://dx.doi.org/10.30827/sendebarr.v29i0.6743>
- Roberts, R. P. (1998). Phraseology and Translation. En P. Fernández Nistal y J. M. Bravo Gozalo (Eds.), *La Traducción: Orientaciones Lingüísticas y Culturales* (pp. 61-78). Universidad de Valladolid: SAE.
- Rossenbeck, K. (1989). Lexikologische Und Lexikographische Probleme Fachsprachlicher Phraseologie Aus Kontrastiver Sicht. En M. Snell-Hornby y E. Pöhl (Eds.), *Translation and Lexicography* (pp. 197-210). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/z.40>
- Sager, J. C. (1997). Term Formation. En S. E. Wright y G. Budin (Eds.), *Handbook of Terminology Management: Basic Aspects of Terminology Management. Vol.1* (pp. 25-41). John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/z.htm1>
- Santamaría Urbieto, A. y Alcalde Peñalver, E. (2019). La traducción turística de negocios: los elementos léxicos en las guías promocionales. *Hikma*, 18(2), 9-35. <https://doi.org/10.21071/hikma.v18i2.11408>
- Sinclair, J. (2000). Lexical Grammar. *Darbai Ir Dienos*, 24, 191-203. <https://doi.org/10.7220/2335-8769.24>
- Sinclair, J. (2004). Intuition and Annotation -the Discussion Continues. En K. Aijmer, K. y B. Altenberg (Eds.), *Advances in Corpus Linguistics. Papers from the 23rd International Conference on English Language Research on Computerized Corpora (ICAME 23)* (pp. 39-61). Rodopi.
- Tarp, S. (2006). Lexicografía De Aprendizaje. En C. Xatara y P. Humblé (Eds.), *Tradução e Lexicografia Pedagógica* (pp. 295-317). Universidade Federal de Santa Catarina.
- Tarp, S. (2007). ¿Qué Requisitos Debe Cumplir Un Diccionario De Traducción Del Siglo XXI? En P. A. Fuertes-Olivera (Ed.), *Problemas Lingüísticos*

En La Traducción Especializada (pp. 227-256). Universidad de Valladolid.

Tarp, S. (2015). La teoría funcional en pocas palabras. Estudios de lexicografía, 4, 31-42.

Unión Europea. (s.f.) IATE. InterActive Terminology for Europe [Base de datos en línea]. <https://iate.europa.eu>

Zuluaga, A. (1997). Sobre las funciones de unidades fraseológicas en textos literarios. Paremia, 6, 631-640.