

Estudio de la traducción alemán-español de neologismos relacionados con el turismo sostenible

Alba Montes Sánchez¹

Recibido: 25 de enero de 2022 / Aceptado: 17 de mayo de 2022

Resumen. El turismo sostenible contribuye a alcanzar, directa o indirectamente, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, como el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos, o el consumo y la producción sostenibles, entre otros. En nuestro país, el turismo es uno de los principales motores de ingresos y, en aras de mantener esta ubicación o escalar posiciones en el sector, se debe ofrecer un turismo de calidad y permanente, con productos de calidad y, por consiguiente, con una información multilingüe de calidad. El presente estudio se centra en la importancia de analizar y traducir los neologismos con el fin de comercializar las actividades turísticas de desarrollo sostenible. Para ello se extraen ejemplos procedentes de textos institucionales que integran esta temática redactados en lengua alemana y española, y se analizan contrastivamente para determinar las dificultades de traducción emergentes durante el trasvase a nuestra lengua meta. Finalmente se expondrá una serie de conclusiones sobre la creación léxica y la traducción de este turismo en España, país comprometido con el medio ambiente y la cultura autóctona.

Palabras clave: turismo sostenible; dificultades de traducción; neologismos; Agenda 2030

[en] Study of the German-Spanish translation of neologisms related to sustainable tourism

Abstract. Sustainable tourism contributes to achieving, directly or indirectly, the 2030 Agenda for Sustainable Development, such as inclusive and sustainable economic growth, sustainable use of the oceans and marine resources, or sustainable consumption and production, among others. Moreover, in our country, tourism is one of the main sources of income and, in order to maintain this location or improve positions in the sector, quality tourism must be offered, with quality products and, consequently, with quality multilingual information. This paper focuses on the importance of analysing and translating neologisms in order to commercialise sustainable development tourism activities. For this, contexts from institutional texts related to sustainable tourism are analysed contrastively in German and Spanish in order to determine the emerging translation difficulties during the transfer to our target language. Finally, a series of conclusions will be presented on the lexical creation and translation of this tourism in Spain, a country committed to the environment and autochthonous culture.

Keywords: sustainable tourism; translation difficulties; neologisms; 2030 Agenda

Sumario. 1. Introducción: el turismo sostenible en la Agenda 2030. 2. Objetivos y metodología del análisis. 3. Dificultades de traducción en el marco del turismo sostenible. 4. Análisis aplicado a la traducción y discusión de los resultados. 5. Conclusiones.

Cómo citar: Montes Sánchez, A. (2022). Estudio de la traducción alemán-español de neologismos relacionados con el turismo sostenible. *Estudios de Traducción*, 12, 47-56.

1. Introducción: el turismo sostenible en la Agenda 2030

Según datos facilitados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019: 4), tras cuatro décadas impulsando el crecimiento en el sector, España es líder mundial en el sector turístico y constituye uno de los pilares primordiales de la economía estatal. En cifras, el turismo aporta el 11,7 % del PIB, lo que supone una fuente sustancial de ingresos, además de ser una constante generación de empleo, pues da trabajo al 12,2 % del total de los afiliados en el país. De hecho, antes de la crisis sin precedentes que ha golpeado al sector con la pandemia, la Organización

¹ Universidad de Córdoba
132mosaa@uco.es
<https://orcid.org/0000-0002-6947-9350>

Mundial del Turismo (en adelante, OMT) constató que el año 2018 fue el noveno año consecutivo de crecimiento sostenido en Europa, la región más visitada del mundo, con España a la cabeza. Este sólido crecimiento en el sector ha convertido a nuestro país en el principal destino de la Europa meridional y mediterránea, seguido de países de la subregión como Italia, Portugal, Grecia, Croacia y Turquía. A propósito de mantener dicha posición estratégica, el gobierno tiene como objetivo sentar las bases de la transformación turística hacia un patrón sostenible y sostenido que siga el esbozo de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. En ella se engloban 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible² (en adelante, ODS) que requieren que los estados asuman la responsabilidad de promover la protección del medioambiente, así como su prosperidad. En particular, la culminación de los objetivos 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), 12 (Producción y consumo responsable) y 14 (Vida submarina) sintetizan los mayores retos del turismo en la actualidad.

La OMT considera un elemento clave, en un modelo turístico, que sea sostenible la preservación de la biodiversidad y los recursos naturales de la región. Por ello, con el propósito de trazar un plan que contribuya a la consecución de los ODS de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, el gobierno español pretende, mediante la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, la involucración y participación activa de las comunidades autónomas con el sector. Afortunadamente, son cada vez más los ejemplos de turismo sostenible en el mundo que han sabido consolidarse con una oferta para hacer y consumir turismo de una forma más respetuosa:

El turismo sostenible tiene que estar basado en un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal, así como los instrumentos de la planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo (Ivars 2001:11).

Esta conceptualización del turismo sostenible en el marco institucional afirma que este emerge como un proceso de cambio en el que se debe implementar una planificación política, económica, social, ambiental y legal. Por tanto, dicho marco debe regularizar esta actividad con las buenas prácticas de gestión, sin olvidar el equilibrio entre los tres pilares básicos que delimita Cardoso (2006: 13): la sostenibilidad económica, pues el destino con vocación turística aporta un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada; la sostenibilidad ambiental, que fomenta la conservación y el cuidado del entorno natural para que no sufra daños irreversibles; y la sostenibilidad social-cultural, que favorece el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico dentro de un marco de intercambio cultural que evita el impacto negativo en las comunidades.

2. Objetivos y metodología del análisis

El objetivo principal de este trabajo es estudiar la conceptualización de nuevos términos, es decir, neologismos, que simbolizan creencias y valores compartidos en materia de sostenibilidad y desarrollo en el sector turístico y analizar las principales dificultades de traducción en el contexto alemán-español. A este propósito se antepone el establecimiento de una relación de los problemas y las dificultades de traducción hallados en la terminología del turismo, en general, y en la del turismo sostenible, en particular, pues la actualización de la idea de turismo responde a la constante modificación conceptual. Los neologismos seleccionados en el presente trabajo pretenden, por tanto, ofrecer una panorámica amplia de las diversas dificultades de traducción que puede suponer la transferencia de este tipo de selección léxica.

En primer lugar, partimos del *Diccionario de neologismos del español actual*, fuente de consulta principal de esta investigación, que se integra dentro del proyecto *Actualización del léxico del español en la prensa de Murcia y Alicante* (NEOMA). En este recurso electrónico se presentan los usos neológicos del español peninsular y, en concreto, aquellos empleados en Alicante y Murcia. Esta herramienta facilita la búsqueda de neologismos mediante tres vías: marca temática, categoría gramatical o procedimiento de formación, lo que facilita el proceso de extracción terminológica. Por tanto, tomando en consideración la temática del trabajo, el turismo sostenible, nos acogemos a la clasificación por las siguientes marcas temáticas: “Turismo y ocio [TUR. y OC.]” y “Ecología [ECOL.]”.

Seguidamente, con el propósito de obtener una muestra equilibrada, relativamente actualizada y fiable que evidencie las denominaciones de estos conceptos, los textos agrupados son del ámbito institucional, en concreto, textos del seno de la Unión Europea. Cabe destacar que estamos tratando con creaciones léxicas propias de la lengua general, de la comunicación general, como son los neologismos, no precisamente con neónimos³ y esto hace que, en aras de extraer conclusiones empíricas, las fuentes de vaciado⁴ se amplíen. Por ello, entre los textos recogidos se pueden encontrar desde informes o recomendaciones hasta intervenciones en los debates en el seno del Parlamento Europeo.

Con el objeto de que los resultados del presente análisis arrojen una información minuciosa, con datos detallados y contrastados, consideramos fundamental, en primer lugar, limitar el análisis de los términos según el

² A diferencia de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), los ODS pretenden ampliar sus antecesores y alcanzar aquellos objetivos que no pudieron lograrse.

³ Términos creados por especialistas en un ámbito de especialidad que, según delimita Cabré (1993), atienden a una necesidad denominativa y son contrarios a la sinonimia.

⁴ Según OBNEO, esta expresión hace referencia a la fuente de extracción de los neologismos léxicos.

modelo FAS⁵ y los atractores naturales, culturales o artificiales que fundamentan las motivaciones del turista para la elección del destino. Acotando nuestra investigación a los tipos de turismo, seguimos la clasificación de Sánchez (2020) en su estudio, entre los términos que representan una motivación determinante para la elección del destino, y aquellos que representan el impacto sobre el entorno, el desarrollo del turismo de acuerdo con los valores ambientales, la responsabilidad y sostenibilidad ambiental y el respeto a la diversidad cultural. Cabe destacar que, en este último subconjunto, algunos neologismos que representan la motivación corresponden a atractores artificiales (por ejemplo, turismo sexual, turismo sanitario, turismo suicida o narcoturismo), lo que desviaría la ideología principal del estudio, por lo que únicamente se centra en aquellos tipos de turismo cuya motivación se vincula a atractores culturales y naturales. Con ello, los neologismos seleccionados para el análisis de ambos subconjuntos son los siguientes:

Tabla 1. Neologismos seleccionados

Tipos de turismo que promueven la sostenibilidad	Tipos de turismo según la motivación
Turismo sostenible	Turismo rural
Ecoturismo	Agroturismo
Turismo verde	Enoturismo
Turismo responsable	Turismo de naturaleza

Luego, siguiendo una metodología similar a Szymy'slik (2018), se presenta la investigación traslativa basada en el análisis contrastivo de diversos ejemplos de términos relacionados con el turismo sostenible y procedentes de contextos institucionales. Así, se presenta el análisis de estos términos junto con una conceptualización, el procedimiento de formación, el contexto de uso en ambas lenguas y la fuente de vaciado. Además, se identifican las variantes denominativas⁶ de un mismo concepto en algunos de los casos analizados, siendo la variación terminológica, en especial la denominación, un fenómeno inherente al lenguaje especializado. Por último, se procede a presentar una serie de deducciones contrastadas con datos objetivos dentro de un contexto internacional y fiable.

3. Dificultades de traducción en el marco del turismo sostenible

Las estrategias de sostenibilidad son cruciales para que el sector turístico español sea competitivo internacionalmente, por lo que es fundamental la puesta en común con las entidades locales y el tejido empresarial turístico. Su concepción en el año 1983 ha traído consigo un conjunto de nuevos conceptos, como “sostenibilidad” o “desarrollo ecológico”, que a día de hoy forman parte de la vida diaria del ciudadano lego. Por ello, los problemas y las dificultades de traducción emergentes en los textos turísticos, en general, y en el turismo sostenible, en particular, requieren una detallada distinción propuesta por Durán (2012: 522). La autora define los problemas como “intrínsecos del discurso turístico”; es decir, propios de este tipo de discurso que se presentan de forma inflexible ante las circunstancias. En este sentido, la autora considera los siguientes problemas de traducción:

- a) subordinación de la traducción turística y falta de información;
- b) frases ambiguas o de doble sentido;
- c) culturemas;
- d) *Ökosprache*;
- e) lenguaje positivo y poético ininterrumpido;
- f) lenguaje confuso del TO.

Según Martí (2006: 93), la *Ökosprache* o “lengua ecológica” es muy común en la lengua inglesa, así como en la alemana. Es cierto que la cultura germanoparlante está muy vinculada al reciclaje, la ecología y la protección del medio ambiente, lo que implica que dentro del discurso turístico haya surgido esta modalidad:

Este hecho hace que cuenten con numerosos términos dentro del discurso turístico relacionados con este aspecto: *Ökoreisen, Ökotourismus, naturnah, verkehrberuhigt, alternativ, Begrümmung, eco-tourism, green tourism, eco-escape, eco friendly travel, eco holidays*, etc. (Durán 2012: 111).

En la presente cita se mencionaban términos relacionados con el turismo ecológico. No obstante, dicha terminología en español puede no tener un equivalente acuñado en alemán en la actualidad o viceversa, por lo que corresponde

⁵ El modelo FAS (Factores, Atractores, Sistemas soporte) se constituye en el marco de un proyecto en el que es participe la OMT y pretende acciones y estrategias de empresas e instituciones en el sector turístico para comprender la estructura de destinos turísticos. (Fayos-Solà, Muñoz y Fuentes 2011: 37).

⁶ La variación denominativa puede definirse, *grosso modo*, como la utilización de denominaciones distintas para referirse a un mismo concepto (Moreira y Costa 2018: 13).

al traductor encontrar la forma de realizar este trasvase de la manera más aproximada posible, teniendo en cuenta el contexto turístico en el que se engloba para que llame la atención del receptor del texto meta sin resultar algo aislado para este. Por otro lado, asegura que las dificultades traductológicas dependen enteramente del contexto en el que se enmarque la traducción, destacando así el encargo encomendado o las competencias del traductor, entre otros. En este sentido, se presenta la siguiente relación:

- a) nombres propios de personas, instituciones, museos, etc.;
- b) topónimos;
- c) traducción inversa;
- d) neologismos;
- e) fuentes de referencia.

El análisis aplicado a la traducción desarrollado en este estudio se centra en los neologismos como dificultad de traducción, entendido como un “vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua”. Este recurso de creación léxica, al igual que la recurrencia a extranjerismos o unidades de nueva creación, es muy asiduo en el discurso turístico al resultar atrayente, exótico e interesante, según especifica Durán (2012: 111). Lo es más aún en el turismo sostenible, pues a finales de la década de 1980 y principios de la de 1990 el crecimiento de los destinos masivos condujo a nuevas formas de turismo que fomentaban la diferenciación y que, al igual que en el ámbito tecnológico, político o cultural, ha conllevado cambios y transformaciones sociales. Por este motivo, de forma constante se generan denominaciones para designar las consideradas como nuevas modalidades del sector, y es aquí donde se hallan las dificultades de traducción.

4. Análisis aplicado a la traducción y discusión de resultados

4.1. Análisis de los tipos de turismo que promueven la sostenibilidad

4.1.1. Turismo sostenible

TO-1 ⁷	Um die biologische Vielfalt, die Kulturgüter und das kulturelle Erbe zu achten und zu schonen, ermutigt und fördert die Kommission die Bewertung der Tragfähigkeit der Ökosysteme, Lebensräume und Kulturstätten für den Tourismus, den Austausch bewährter Verfahren zwischen öffentlichen und privaten Akteuren des Tourismus und die Entwicklung internationaler Leitlinien für nachhaltigen Tourismus .
TM-1 ⁸	Para respetar la biodiversidad, los valores y el patrimonio cultural, la Comisión estimula y promueve la evaluación de la capacidad de acogida de diferentes ecosistemas, hábitats y lugares en los que se practica el turismo, el intercambio de buenas prácticas entre intereses turísticos públicos y privados y el desarrollo de directrices internacionales para un turismo sostenible .

El equivalente en español de *nachhaltiger Tourismus* es *turismo sostenible*, un neologismo formado por sintagmación de los vocablos *turismo* y el adjetivo *sostenible*. La sostenibilidad es una palabra clave dentro del turismo sostenible y significa ser capaz de sostener o continuar al mismo nivel una acción o actividad, lo que puede aplicarse tanto al plano económico como ambiental. Según la Fundéu (2012), se pueden emplear de forma indistinta tanto el adjetivo *sostenible* como *sustentable* para hacer referencia al modelo de desarrollo consciente de la necesidad de no agotar los recursos; sin embargo, *sustentable* se emplea mayoritariamente en el continente americano, mientras que *sostenible* es más usado en España. Esto se debe a que el vocablo *sustentable* no se incluye en la 23.ª edición del diccionario académico con el significado de “que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente”, que es la que coincide con la aceptación de *sostenible* en España. El significado único con el que se recoge es “que se puede sustentar o defender con razones”, siendo este de amplio uso fundamentalmente en el español americano.

Aproximadamente veinte años atrás, la OMT (1998: 22) definió al turismo sostenible como aquel que “atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro”. Este tipo de turismo, además, se percibe como un medio hacia la gestión de los recursos, en aras de complacer “las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. No obstante, esta definición contrasta con otras aportadas que enfocaban el turismo sostenible como un modelo económico que se fundamentaba en recursos culturales y naturales. Wearing (1999: 57) describe el turismo sostenible como “aquel que reporta beneficios económicos al tiempo que mantiene la diver-

⁷ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0716:FIN:DE:PDF>

⁸ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0716:FIN:ES:PDF>

sidad y la calidad ecológica, es decir conjuga la conservación con el desarrollo económico”. En este sentido, la actividad turística se organiza en torno a la perspectiva de los ciudadanos, empresarios, turistas y la misma administración pública. Por tanto, la definición definitiva fijada por la OMT para el turismo sostenible es que se trata de “aquel turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

4.1.2. Ecoturismo

TO-2 ⁹	Außerdem können die Tourismusunternehmen mit dem von der Kommission geförderten Umweltzeichen ein Gütesiegel erhalten, mit dem bescheinigt wird, dass sich ihr Tourismusunternehmen an Umweltnormen hält, was für den Ökotourismus -Markt von großer Bedeutung ist.
TM-2 ¹⁰	Después, el sistema de la ecoetiqueta, promovido por la Comisión, permite a los empresarios turísticos obtener una etiqueta que acredite que su empresa turística respeta las normas medioambientales, aspecto que es importante en el mercado del ecoturismo .

El término analizado *Ökotourismus* está compuesto por el formante *Öko*— y el sustantivo *Tourismus*. El concepto *Ökologischem Tourismus* es equivalente del término inglés *ecological tourism* o, en español, de turismo ecológico o ecoturismo, entendiéndose en este caso como variantes denominativas. Así mismo, como alternativa al medio ambiente, existen los conceptos de turismo blando (*sanfter Tourismus*) o turismo ecológico (*ökologisch*), que significa respetuoso con la naturaleza (*naturschonend*), consciente del medio ambiente (*umweltbewusst*) o antiindustrial (*antiindustriell*), o incluso turismo alternativo (*alternativer Tourismus*), un concepto más ambiguo que se relaciona con la oferta turística sostenible y:

Freizeitangebot mit deutlichem Informations— und Erziehungsanspruch, mit einer umweltpädagogischen Komponente. Manche Anbieter von Ökotourismus-Reisen ordnen sich der Gruppe des „Alternativtourismus“ zu, um ihr Angebot von den Pauschalreisen zu unterscheiden. „Alternativer Tourismus“ ist ein Sammelbegriff für viele Formen themenbezogenen Reisens, von den Fasten— oder Meditationsreisen über die Fahrradtouren oder Töpferkurs-Aufenthalte bis zur Dschungelboot— oder Trekkingtour. Generell ist „Alternativtourismus“ ein eher vager, übergeordneter Begriff, der nichts über die Umweltorientierung des Angebots aussagt. Ökologischem Tourismus entspricht das Wort ecological Tourism. Andere Wörter dafür sind auch Öko-Tourismus und sanfter Tourismus (Martí 2016: 7).

De acuerdo con Martí (2016: 7), las combinaciones de palabras con el formante *Öko*— aluden generalmente a aquello que tiene que ver con la producción, la investigación y las acciones tradicionales. En alemán, no obstante, se emplea en ocasiones el concepto *Alternativer Tourismus* (*turismo alternativo*) al tratarse de un término colectivo y, en cierto modo, algo vago, que hace referencia a multitud de temáticas de viaje.

En español, este concepto se crea a partir del formante *eco*— + sustantivo determinado *turismo* y es definido por la RAE (2022) como aquel “turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente”. Respecto a la conceptualización del ecoturismo, debe destacarse que es un concepto ligado a la ecología, a la naturaleza, al medio ambiente o a la cultura local en beneficio de la comunidad, mientras que el turismo sostenible se vincula a la sostenibilidad y la conservación cultural y va más allá del ecoturismo, agrupando un abanico amplio de modalidades.

Según Sanmartín (2016: 180), el elemento compositivo culto *eco*— que en un primer momento significaba “medio ambiente” ha variado. Ahora, como si fuese una estructura polisémica, se ha incorporado un nuevo matiz que alude al “respeto al medio ambiente” y también lo ha aceptado el adjetivo ecológico. Ante esta situación, autores como Casado (1999: 5089-5090) exponen que se trata de una homonimia, pues el formante prefijal *eco*— con el sentido de “protección del medio ambiente” proviene del acortamiento de los conceptos ecología o ecológico y, a su vez, se ajusta al formante griego *oíko* que ha dado lugar a la voz ecología y que en la antigüedad únicamente tenía el sentido de “ámbito vital o medio ambiente”. Otros autores hablan de su caracterización como formante en “compuestos híbridos” (García Palacios 2004 o Adelstein 1998), ya que se trata de un educto compuesto por dos voces del español (atendiendo a *eco*— con su segunda aceptación), por lo que no sería un formante culto en este caso. Es Cabré (2006) quien delimita que, por tanto, se trata de una formación compositiva (como si fuera) culta: formante determinante *eco*— + sustantivo determinado.

⁹ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-6-2005-09-08_DE.html

¹⁰ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-6-2005-09-08_ES.html

4.1.3. Turismo verde

TO-3 ¹¹	Das Europäische Agrarmodell zeigt die vielseitige Rolle auf, die die Landwirtschaft in Bezug auf Reichtum und Vielfalt der Landschaft, Lebensmittel sowie das Kultur— und Naturerbe spielt und passt sich somit den neuen Forderungen der Gesellschaft, wie beispielsweise nach Qualitätserzeugnissen, Lebensmittelsicherheit, Ökotourismus , Aufwertung des Naturerbes und alternativen Energiequellen, an.
TM-3 ¹²	El modelo europeo de agricultura refleja el carácter multifuncional de la agricultura, determinante para la riqueza y la diversidad de los paisajes, de los productos y del patrimonio cultural y natural y se adapta así a las nuevas demandas de la sociedad, como productos de calidad, seguridad alimentaria, turismo verde , potenciación del patrimonio natural y energías de sustitución.

Mientras que en alemán se emplea el homónimo explicado con anterioridad (*Ökotourismus*) tanto para la modalidad *ecoturismo* como para *turismo verde*, en español se emplea un nuevo concepto. La construcción “turismo verde” es un neologismo formado por sintagmación del sustantivo *turismo* y el adjetivo *verde* y se define, según NEOMA, como aquel tipo de turismo “basado en la sostenibilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural”. La práctica del *turismo verde* es un calco del inglés *green tourism* —también existente en alemán, *grüne Tourismus*, pero en desuso en textos del contexto institucional— y se ha empleado dentro del sector turístico como sinónimo de *ecoturismo*, *turismo ecológico* o *turismo de naturaleza* en cuanto a valores de ecologismo se refiere, sin llegar a considerarse variantes denominativas. La razón se debe a que el sustantivo “verde” se ha usado desde hace unas décadas como una estrategia de *marketing* o un color político que se asocia, generalmente, a aquellos partidos comprometidos con la protección del medio ambiente en la Unión Europea: Los Verdes. Así mismo, organizaciones mundialmente conocidas como Greenpeace también se componen del término *green* para denotar su compromiso con la protección medioambiental. No obstante, se ha evidenciado que la etiqueta “verde” no es tan “amigable” con el entorno como pretende, ya que se puede emplear como atractivo turístico, pero únicamente promueve el reciclaje básico o los programas de conservación de agua, sin realizar grandes esfuerzos de sostenibilidad; es decir, no toma como prioridad central el impacto ambiental en el destino. He aquí la principal diferencia con los turismos previamente analizados.

4.1.4. Turismo responsable

TO-4 ¹³	[...] Verkehrsaufkommen bewältigen; eine achtsame Industrie auf lokaler Ebene und einen verantwortungsvollen Tourismus als Faktor der soziokulturellen Entwicklung fördern.
TM-4 ¹⁴	[...] el crecimiento del transporte; promover una industria vigilante en el ámbito local y un turismo responsable como factor de desarrollo sociocultural.

El equivalente de *verantwortungsvoller Tourismus* en español es el concepto *turismo responsable*, un neologismo formado por sintagmación del sustantivo *turismo* y el adjetivo *responsable*. Este se define, según NEOMA, de la siguiente forma: “Turismo respetuoso con el medio ambiente y con los valores sociales y culturales del lugar”. El turismo responsable está ligado al adjetivo *sostenible* y, por ende, al vocablo *sostenibilidad*, pues busca reducir los impactos nocivos ambientales, económicos, sociales y culturales donde se desarrolla el turismo. Esto lo pretende no solo desde la perspectiva del turista, sino también con la consideración de la empresa u organización participante en la oferta y en las actividades desarrolladas.

4.2. Análisis de los tipos de turismo según la motivación

4.2.1. Turismo rural

TO-5 ⁹	Die vorgestellten Projekte zeigen, dass die Umstellung im Rahmen von Einzelprojekten in den meisten Fällen auf Gartenbau, Obstanbau, Agrartourismus und die Verarbeitung von Gartenbauerzeugnissen ausgerichtet ist.
TM-5 ¹⁰	Sobre la base de los proyectos presentados, puede llegarse a la conclusión de que la reconversión individual se orienta generalmente hacia la horticultura, la arboricultura frutal, el turismo rural y la transformación de productos hortícolas.

¹¹ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:290E:0379:0396:DE:PDF>

¹² Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-6-2006-0062_ES.pdf?redirect

¹³ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2003:066:0014:0020:DE:PDF>

¹⁴ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2003:066:0014:0020:ES:PDF>

¹⁵ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0599:FIN:DE:PDF>

¹⁶ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0599:FIN:ES:PDF>

En alemán, el neologismo *Agrartourismus* sigue un proceso de creación similar al español, pues lo hace mediante composición culta integrado por el elemento compositivo *agrar*— (del latín *agrarius*) y el sustantivo *Tourismus*. Igualmente, se puede observar la construcción *ländlicher Tourismus* en otros textos institucionales, aunque con menor asiduidad: “Der ländliche Tourismus ist von großer wirtschaftlicher Bedeutung für die ländlichen Regionen” o “Ländlicher Tourismus ist nicht gleich ländlicher Tourismus. So gibt es ein breites Spektrum unterschiedlicher Ausprägungen”.

En español se emplea de forma indistinta tanto la forma *agroturismo* como la variación denominativa *turismo rural*, neologismo formado por sintagmación. El turismo rural, según NEOMA, es un “tipo de turismo que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades”. Desde una perspectiva conceptual, el turismo rural constituye un término complejo que se ha empleado de forma generalizada desde hace apenas treinta años. En la actualidad, no existe un consenso entre la comunidad científica para determinar una definición universalmente aceptada sobre las dos dimensiones que sustentan esta modalidad: el turismo y el espacio rural. Esto puede deberse, según Fuentes (1995: 46) a que las motivaciones de esta modalidad turística son muy diferentes, lo que ha hecho que emerjan otras modalidades más específicas como el turismo verde, el turismo cinegético o el agroturismo, entre otras.

4.2.2. Agroturismo

TO-6 ¹⁷	Die Multifunktionalität wird seit jeher in den Berggebieten praktiziert, wo neben der Haupttätigkeit vom Landwirt verlangt wird, die Entwicklung der Wälder zu überwachen, die Wasserläufe zu regulieren, sich um den Tierschutz zu kümmern und die Umwelt zum Wohle des Agrartourismus und des Fremdenverkehrs zu bewahren.
TM-6 ¹⁸	La multifuncionalidad es una práctica vigente desde siempre en las zonas de montaña, en las que, junto a sus obligaciones primarias, se pide al agricultor que controle el desarrollo de los bosques, que regule los cursos de agua, que se preocupe de la vida de los animales y que mantenga en orden el medio ambiente en beneficio del agroturismo y del turismo.

En alemán se emplea el homónimo explicado con anterioridad (*Agrartourismus*) tanto para la modalidad *turismo rural* como para *agroturismo*. No obstante, este concepto presenta variaciones denominativas, pues se observa que *Agrotourismus* también aparece con reiterada frecuencia en textos científicos o de promoción turística, en los que se define de la siguiente forma:

Agrotourismus umfasst die Konsumaktivitäten von Besucher/innen ausserhalb ihres gewohnten Arbeits— und Wohnumfeldes sowie die angebotsseitigen Investitions— und Produktionsaktivitäten im landwirtschaftlichen Kontext. Wirtschaftlich gesehen führen die Aktivitäten der Besucher/innen zu monetären Ausgaben, die bei agrotouristischen Unternehmen Umsätze und letztlich Wertschöpfung sowie Beschäftigung auslösen (Hochuli et al. 2016: 72).

En español, el término equivalente es el vocablo *agroturismo*, un neologismo formado por composición culta integrado por el elemento compositivo *agro*— y el sustantivo *turismo*. La RAE (2022) define este concepto como “turismo rural, especialmente el que incluye actividades agrícolas y ganaderas”. En este sentido, el agroturismo se plantea como una modalidad estrechamente vinculada al turismo rural, pues se desarrolla dentro del entorno en el que se practica el turismo rural: campos, montes y regiones generalmente pequeñas en las que se promueve el disfrute de los paisajes, la naturaleza, la gastronomía y los usos y costumbres del lugar. No obstante, podría decirse que se engloba dentro de la modalidad del turismo rural en forma de submodalidad, pues comparten el entorno, pero se compone de un conjunto de actividades relacionadas de forma directa con la explotación agropecuaria. De hecho, como menciona El Herch (2017: 36), una de las motivaciones principales de esta práctica turística vincula el paladar con el estatus y el prestigio.

4.2.3. Enoturismo

TO-7 ¹⁹	Der Weintourismus trägt zur Aufwertung lokaler Gebiete bei, stärkt das Gefüge im Hinblick auf die ländliche Entwicklung und trägt dazu bei, dass Arbeitsplätze entstehen und Dienstleistungen angeboten werden. Darüber hinaus könnten die Mitgliedstaaten über den Weintourismus zusätzliche Einnahmen generieren.
TM-7 ²⁰	El enoturismo aumenta el valor del territorio local, estrecha los lazos en el marco del desarrollo rural, crea puestos de trabajo y servicios, y tiene el potencial de generar ingresos adicionales para los Estados miembros.

¹⁷ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-5-2003-06-03_DE.html

¹⁸ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-5-2003-06-03_ES.html?redirect

¹⁹ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2018-002347_DE.html

²⁰ Extraído de: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-8-2018-002347_ES.html

Weintourismus, a diferencia del procedimiento de creación en español, prefiere el formante *Wein* que significa *vino*; es decir, que la lengua alemana emplea un formante patrimonial ya que *Wein*, además de estar relacionada con las nociones *Weinstock* o *Weinrebe* (vid), procede del latín *vinum*. Por tanto, el equivalente en lengua alemana está formado por composición patrimonial de sustantivo + sustantivo.

En español, según NEOMA, el término *enoturismo* es un neologismo formado por composición culta integrado por una forma prefijada culta *eno*— y el sustantivo *turismo*. El *enoturismo*, también conocido como *turismo del vino* o *turismo enológico*, es definido por Elías (2006) como “los viajes y estancias dirigidas al conocimiento de los paisajes, las labores y los espacios de la elaboración del vino, y las actividades que acrecientan su conocimiento y adquisición y pueden generar desarrollo en las diversas zonas vitivinícolas”. Así, se entiende que el turismo del vino es la realización de un viaje cuyo objeto es desarrollar experiencias en comarcas vitivinícolas, así como descubrir sus bodegas para conocer su forma de vida. De hecho, en el estilo de vida y los aspectos culturales de sus habitantes es donde se fundamenta la creación y consolidación de una imagen turística, por lo que con esta práctica no solo se da a conocer las novedosas prácticas tecnológicas por las que se produce el producto, sino también los alojamientos rurales, los restaurantes y los pueblos vitivinícolas tradicionales.

Según Ibáñez (2007), el sector vitivinícola se caracteriza especialmente por la creación constante de neologismos. Como consecuencia del desarrollo tecnológico en este campo, o por la simbiosis entre la enología y otros campos, la aparición de neologismos que emplean el formante *eno*— es muy común, pues además del *enoturismo* se puede destacar términos como *enoterapia*, *enogastronomía* o incluso *enoarquitectura*. De hecho, el adjetivo *enoturístico*, un neologismo formado por composición culta integrado asimismo por la forma prefijada culta *eno*— y el adjetivo “turístico”, proviene del formante analizado con anterioridad y hace referencia a lo perteneciente o relativo al turismo enológico. En su forma adjetival, integrada por el formante *eno*—, también forma parte de compuestos sintagmáticos—como el ejemplo *pack enoturístico*, *experiencia enoturística*, *viaje enoturístico* u *oferta enoturística*— y presenta cierta tendencia a la lexicalización.

Asimismo, conceptos como el *oleoturismo*²¹ (*Öltourismus*), un neologismo creado por composición culta a través del prefijo *oleo*— (del latín *oleum*) y el sustantivo *turismo*, siguen el mismo procedimiento de creación léxica que la práctica del *enoturismo*, que ha emergido como un área semejante y ha logrado una alta potencialidad dentro del turismo rural en las últimas décadas. De hecho, es posible observar nuevos conceptos compuestos por el formante culto *oleo*—, tal y como menciona Luque (2018: 87) en su estudio: *oleoteca*, *oleocultura*, *oleopaquete*, *oleospa*, *oleotaberna*, *oleoterapia*, etc.

4.2.4. Turismo de naturaleza

TO-8 ¹⁵	Hier sei erneut auf die Anhörung von Katowice verwiesen, wo sich die durch die neuen Mitgliedstaaten entstandene Zunahme des Angebots an den verschiedenen Initiativen im Bereich des Naturtourismus , des Kulturtourismus und den Erfahrungen im Bereich der Tourismus-, Industrie“ zeigte.
TM-8 ¹⁶	Una vez más hay que remitirse a la audición de Katowice, donde esa ampliación de oferta que aportaban los nuevos Estados miembros se hizo patente a través de las diversas iniciativas de turismo de naturaleza , turismo cultural e, incluso, experiencias en turismo “industrial” que se aportaron allí.

En alemán, el concepto *Naturtourismus*, a diferencia del procedimiento de formación explicado posteriormente en español, no se recurre a la sintagmación, sino que se prefiere el formante *Natur* que significa “naturaleza” y el sustantivo *Tourismus*. Esto quiere decir que la lengua alemana emplea un formante patrimonial, porque *Natur* procede del latín *natura*. Por tanto, el equivalente en lengua alemana está formado por composición patrimonial de sustantivo + sustantivo.

En español, el concepto *turismo de naturaleza* es un neologismo formado por sintagmación de los sustantivos *turismo* y *naturaleza* y se define, según NEOMA, de la siguiente forma: “Tipo de turismo que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente en el que se realizan actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma”. El turismo de naturaleza tiene como eje central la naturaleza y todas las actividades que se desarrollan en ella, como pueden ser las caminatas en los parques y reservas naturales o la observación de aves y estrellas.

5. Conclusiones

A lo largo del estudio centrado en la creación léxica y orientado a la traducción, nos hemos percatado de que existe una fuente inagotable de neologismos específicos del turismo, en general, y de aquellas modalidades emergentes en las que los atractivos del destino se vinculan a la sostenibilidad y la interculturalidad en la práctica turística.

²¹ El *oleoturismo* surge como una novedosa práctica turística que tiene como motivación todo lo relacionado con el aceite de oliva y los recursos relacionados con el olivar, como pueden ser el agua, el terreno, así como otras especies de fauna y flora. Son por tanto elementos clave, a la hora de determinar la oferta y la demanda del *oleoturismo*, el clima y el paisaje, pues nace bajo el exitoso ejemplo del *enoturismo* (Moral et al. 2014: 31).

²² Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2005:255:0014:0021:DE:PDF>

²³ Extraído de: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2005:255:0014:0021:ES:PDF>

Por un lado, destacamos que la traducción en el sector turístico ocupa un lugar de singular relevancia en aras de alcanzar nuevos mercados que traspasen las fronteras nacionales. La reactivación económica de las zonas rurales, la promoción de la cultura y los productos de la localidad en cuestión, la concienciación sobre las necesidades y problemas del entorno, el uso eficiente de los recursos naturales o el respeto por la autenticidad sociocultural de las comunidades requieren una correcta transmisión de la información que facilite la comunicación con el propósito de alcanzar mercados extranjeros. De hecho, el léxico que analizamos en el presente estudio está en continua evolución lingüística, pues el propio sector lo está, especialmente el turismo vinculado a la sostenibilidad. La apuesta por destinos que se alejen del típico turismo de sol y playa está ganando terreno, fomentando el desarrollo de un turismo sostenible y ecológico, así como de su terminología. Esto, por tanto, supone que las diferentes vías de difusión y promoción de actividades y experiencias, así como de comercialización de los productos derivados de dicho proceso, deben estar en constante actualización y adaptación.

En relación con el análisis contrastivo español-alemán, se ha extraído una serie de reflexiones sobre algunas cuestiones fundamentales. En primer lugar, se ha desarrollado un conjunto de términos para una tipología transversal de las modalidades de turismo que las clasifica en submodalidades según la ideología sostenible o la motivación de la actividad turística. Seguidamente, cabe destacar la variación alemán-español en los mecanismos de creación léxica con el fin de acuñar vocablos relacionados con el turismo sostenible. Estos neologismos se emplean con fines expresivos y persuasivos que también pretenden llevar a cabo la economía lingüística, pues tienen como fin adaptarse a esta evolución también conocida como *Ökosprache*.

Asimismo, las tareas de documentación, el tratamiento del léxico y la terminología y la resolución de determinados problemas y dificultades de traducción emergentes durante el proceso de traducción están estrechamente ligados al conocimiento lingüístico-cultural. Como hemos evidenciado, en este sector no están implicados solo factores gastronómicos o turísticos, sino también culturales y económicos, por lo que es de crucial importancia trasladar la información y los matices culturales de forma adecuada. Por ello, se debe atender a la competencia lingüística de los profesionales que tratan con el léxico relacionado con las modalidades turísticas emergentes.

Referencias

- Adelstein, A., “Banalización de términos con formantes de origen grecolatino”, en Red Iberoamericana de Terminología (ed.), *V Simposio Iberoamericano de Terminología-Riterm* (1998), 12-17.
- Cabré, M. T., “La clasificación del neologismo: una tarea compleja”, *Alfa. Revista de Lingüística* 50, 2 (2006), 229-250.
- Cardoso Jiménez, C., “Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada”, *El Periplo Sustentable* 11, mayo (2006) 5-21.
- Durán Muñoz, I., “Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones”, *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas* 7, 1 (2012), 103-113.
- El Herch Moumni, S. “Turismo y traducción gastronómica: estudio de las cartas del restaurante cordobés Noor (español-francés)”, *Estudios Franco-Alemanes* 9 (2017), 33-43.
- Elias, L.V., “El turismo del vino. Otra experiencia de ocio”, *Documentos de Estudios de Ocio* 30 (2006).
- Fayos-Solà, E., Muñoz Mazón, A. I. y Fuentes Moraleda, L., “El modelo FAS: orígenes, desarrollo y aplicación en destinos turísticos”, *Estudios Turísticos* 188 (2011), 27-62.
- Fuentes García, R., “Estructura de la oferta y de la demanda de turismo rural”, en *Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo*. Ávila: Junta de Castilla y León (1995), 29-43.
- Fundéu, “Desarrollo sostenible o sustentable”, 2022. <https://www.fundeu.es/recomendacion/desarrollo-sustentable-expresion-correcta-933/> [último acceso: 24 de enero 2022]
- García Palacios, J.; Freixa, J. y Solé, E. (coords.) (2004): *Llengua catalana i neologia*, Barcelona”, *Meteora. Revista de Lexicografía* 11 (2004), 171-177. <https://doi.org/10.17979/rlex.2005.11.0.5549>
- Hochuli, A.; Huber, M. y Hofstetter, P., “Kundensegmente im Agrotourismus”. *Agrarforschung Schweiz* 77 (2016), 338-343.
- Ibáñez, M., “La comunicación vitivinícola: vino, lengua y traducción”, *Le Bulletin de L'OIV. Organisation internationale de la vigne et du vin. Revue technique internationale* 80 (2007), 77-96.
- Luque Janodet, F., “Estudio de los procesos de creación léxica en el ámbito oleoturístico (francés-español)”, *Futhark* 13 (2018), 79-90. <https://dx.doi.org/10.12795/futhark.2018.i13.05>
- Martí, M. R., “Ökosprache in Tourismus”, en Barrueco Rosa, M. (coord.), *La especialización lingüística en el ámbito turístico*. Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte 2006.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030”, 2019. <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf> [último acceso: 10 de mayo 2022]
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “Turismo”, 2022. <https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx> [último acceso: 20 de enero 2022]
- Moral, S.; Cañero, P.; Orgaz, F., y López-Guzmán, T., “Una aproximación al oleoturismo en Andalucía, España”, *International Journal of World of Tourism* 1, 2 (2014), 29-40.
- Moreira, G. L., y Costa, L. A., “Análisis de la variación denominativa del léxico del turismo en diccionarios de ELE”, *Entrepalavras, Fortaleza* 8 (2018), 10-29.
- NEOMA, “Diccionario de neologismos del español actual”, 2022. <https://www.um.es/neologismos/> [último acceso: 23 de enero 2022]
- OBNEO, “Ficha vaciado”, 2022. <https://www.upf.edu/es/web/obneo/fitxa-buidatge> [último acceso: 23 de enero 2022]

- Organización Mundial del Turismo, “Desarrollo sostenible”, 2022. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible> [último acceso: 06 de enero 2022]
- OSTELEA, “¿Qué es el turismo sostenible según la OMT?”, 2022. <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible-segun-la-omt> [último acceso: 12 de enero 2022]
- Real Academia Española, “Diccionario de la Lengua Española”, 2022. <https://www.rae.es/> [último acceso: 15 de enero 2022]
- Sánchez Manzanares, C., “Neologismos del turismo e ideología: la sostenibilidad y la interculturalidad en la elaboración terminológica”, *Tonos Digital* 39 (2020), 5-21.
- Sanmartín Sáez, J., “Sobre neología y contextos de uso: análisis pragmatolingüístico de lo ecológico y de lo sostenible en normativas y páginas web de promoción turística”, *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 31 (2016), 175-198.
- Szmy'slik, R., “Estudio de la traducción de neologismos relacionados con la medicina en la literatura de ciencia ficción”, *Panace@. Boletín de Medicina y Traducción* 19, 47 (2018), 89-95.
- Wearing, S., *Ecoturismo: impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis 1999.