

Valcárcel, Carlos y Terencia Silva (coords.) (2016).
ESCRITOS SOBRE LEXICOGRAFÍA PLURILINGÜE ESPECIALIZADA

Reseña: *Ana Belén Martínez López*
Universidad de Córdoba

Autores: Carlos Valcárcel y Terencia Silva (coords.) (2016)
Editorial: Editorial Comares (Granada). Colección interlingua n° 152
Reseña: *Ana Belén Martínez López* (Universidad de Córdoba)
Número de páginas: 177 páginas
ISBN: 978-84-9045-397-1

FECHA DE RECEPCIÓN: 12/10/2016
FECHA DE ACEPTACIÓN: 20/12/2016
PÁGINAS: 477-478

He aquí una monografía especializada en la que se da cuenta, entre otras cosas, de los fundamentos en los que se basa la elaboración de un diccionario plurilingüe de marketing y publicidad, que fue publicado en el año 2009 por la editorial @becedario.

Tal y como se apunta en la presentación, el hilo conductor de esta monografía colectiva podría resumirse como sigue:

El eje que unifica los diferentes textos de este libro es la praxis lexicográfica y el debate sobre los problemas, tanto teóricos como prácticos, relacionados con esta disciplina que se plantearon en el grupo de investigación.

El contenido se estructura en torno a 15 capítulos, organizados en cuatro grandes bloques temáticos, que responden a los títulos siguientes:

LA LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA A TRAVÉS DE LA HISTORIA
LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: ALEMÁN Y OTRAS LENGUAS EXTRANJERAS
LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: LENGUAS EXTRANJERAS Y ESPAÑOL
LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: LENGUAS EXTRANJERAS Y GALLEGO

En cuanto a las aportaciones que se agrupan dentro de cada uno de estos bloques temáticos, son las siguientes:

LA LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA A TRAVÉS DE LA HISTORIA
La depuración del diccionario
Lexicografía plurilingüe europea: el camino hacia la especialidad moderna
Las lenguas en los léxicos de especialidad: una visión histórica
Lenguas y léxicos de especialidad plurilingüe

LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: ALEMÁN Y OTRAS LENGUAS EXTRANJERAS
Tratamiento de las entradas y equivalencias alemanas en diccionarios de marketing y publicidad
Observaciones morfológicas, composición de palabras en el vocabulario publicitario alemán
Reflexiones sobre las entradas y equivalencias alemanas en un diccionario plurilingüe de marketing, publicidad y comunicación

LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: LENGUAS EXTRANJERAS Y ESPAÑOL

Contrastividad inglés-francés en el dominio del marketing

La polisemia en un diccionario de especialidad

Tratamiento de las siglas en un diccionario de especialidad

El ejemplo en los diccionarios bilingües de especialidad

Información gramatical en diccionarios bilingües de economía y empresa

LEXICOGRAFÍA ESPECIALIZADA: LENGUAS EXTRANJERAS Y GALLEGO

Glosarios terminológicos en el par de lenguas gallego y alemán. Revisión crítica y perspectivas de futuro

Las dificultades del trabajo terminológico con lenguas minorizadas: el ejemplo del proyecto FraGalTur

Vocabulario de la producción industrial en la automoción francés-gallego

El interés de esta monografía, radica, a mi modesto saber y entender, entre otros, en los siguientes aspectos:

1. En ella se explican los fundamentos teóricos y metodológicos que llevaron a la confección de un diccionario plurilingüe de marketing y publicidad publicado en 2009. A este respecto, siempre es de agradecer que los investigadores expliquen cómo han confeccionado una obra de consulta, porque eso aporta al lector interesado unas referencias en las que apoyarse a la hora de utilizar las propuestas de lemas en distintas lenguas que se encuentran en su interior.
2. En segundo lugar, la denominación *Lexicografía Especializada* llama la atención porque para un lector ajeno a los debates del grupo de investigación que se recogen en esta monografía tal vez se hubiera preferido hablar de *Terminología*. Este es un debate siempre abierto entre unos expertos y otros, pero no hubiera estado mal que en algún momento de la monografía se hablara del porqué se utiliza esta denominación y no la alternativa que aquí hemos propuesto.
3. En tercer lugar, además de las reflexiones más teóricas sobre la elaboración de diccionarios, resulta muy interesante tener la oportunidad de acercarse a lo que este grupo de investigadores piensa sobre los elementos que componen un diccionario, entre los cuales destacamos, basándonos en las contribuciones de los autores de esta monografía, el tratamiento de ejemplos, de siglas, la información gramatical, el tratamiento de la polisemia y la circularidad y las entradas, etc.

Huelga decir, por otro lado, que al tratarse de lexicografía especializada mono y plurilingüe, se agradece que haya capítulos que ilustran este acercamiento plurilingüístico, poniendo en relación distintas lenguas del Estado español (español o castellano y gallego) y de otras latitudes geográficas: alemán, inglés y francés.

Por último, se aborda un debate, que sigue siendo de total actualidad, y que incide en la situación de las lenguas minorizadas y en las dificultades que encierra el trabajo terminológico con estas lenguas. Suscribo la existencia de esas dificultades, algo que también ocurre con lenguas no minorizadas en ámbitos que no cuentan con una amplia tradición de investigación lexicográfica o terminológica y que, sin embargo, han pasado a un primer plano debido a la diversificación del mercado profesional de la traducción, que cada día alcanza a más ámbitos del saber y mayor número de sectores de actividad (sectores primario, secundario y terciario).