



El discurso turístico de guerra y su traducción al alemán

Los folletos sobre la Ruta de Guerra del Norte (1938)

Marta Valdenebro Arenas

Col. IULMA MONOGRAPHS

2024 - 188 pp. - ISBN: 978-84-1118-407-6 - 14,50 €

THEMA: CFP;2ACG;3MPBGJ-ES-B

Existe un vacío evidente en lo que se refiere a las investigaciones sobre traducción turística del periodo previo al boom turístico de los años sesenta. Sin embargo, entre 1928 y mediados de los años cincuenta, España vivió toda una revolución turística, incluso durante la Guerra Civil, cuando se convertiría en pionera del “turismo de guerra” o “turismo político”. Para comprender mejor este fenómeno, se han estudiado los folletos turísticos del Servicio Nacional de Turismo (1938-1939) y la labor de promoción turística realizada por la institución análoga del bando sublevado (1936-1939). Puesto que no se han realizado investigaciones similares que se ocupen del contexto comunicativo institucional, el objetivo principal ha sido explorar el sistema de valores y, con ello, la ideología del discurso turístico oficial en esa época convulsa de nuestra historia.

Marta Valdenebro Arenas, doctora en Traductología, Traducción Profesional y Audiovisual por la Universidad de Valladolid, en la actualidad es profesora de educación secundaria en Berlín (Alemania). Sus líneas de investigación se centran en la traducción turística español-alemán, en los estudios de agentividad en traducción, en la sociología aplicada a la traducción y en la teoría de la valoración aplicada a los estudios de traducción.