



**EL DISCURSO TURÍSTICO DE GUERRA
Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN**

LOS FOLLETOS SOBRE LA RUTA DE GUERRA
DEL NORTE (1938)

MARTA VALDENEBRO ARENAS

9 monographs

P U V
UNIVERSITAT
ID VALÈNCIA

**EL DISCURSO TURÍSTICO DE GUERRA
Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN**

LOS FOLLETOS SOBRE LA RUTA DE GUERRA
DEL NORTE (1938)

INSTITUT UNIVERSITARI DE LLENGÜES MODERNES APLICADES DE LA COMUNITAT VALENCIANA (IULMA)

IULMA MONOGRAPHS

General Editors:

Diana González Pastor (Universitat de València, España)

Ana Belén Cabrejas Peñuelas (Universitat de València, España)

Editorial board:

Cesáreo Calvo Rigual (Universitat de València, España)

Miguel Fuster Márquez (Universitat de València, España)

Herbert Holzinger (Universitat de València, España)

Julia Pinilla Martínez (Universitat de València, España)

Julia Sanmartín Sáez (Universitat de València, España)

Scientific board:

Marta Albelda Marco (Universitat de València, España)

Mohammed Barrada (Universidad de Fez, Marruecos)

Begoña Bellés Fortuño (Universitat Jaume I, España)

Patricia Bou Franch (Universitat de València, España)

María Vittoria Calvi (Universidad de Milán, Italia)

Juan José Calvo García de Leonardo (Universitat de València, España)

Pascual Cantos (Universidad de Murcia, España)

Pilar Garcés-Conejos Blitvich (UNC Charlotte, EE. UU)

Abdelwahab El Imrani (Universidad Abdelmalék Essâadi, Marruecos)

Isabel García Izquierdo (Universitat Jaume I, España)

Pedro Gras (Universitat de Barcelona, España)

Ramón González (Universidad de Navarra, España)

Carla Marello (Universidad de Turín, Italia)

Ignasi Navarro i Ferrando (Universitat Jaume I, España)

Christiane Nord (Universidad de Magdeburgo, Alemania)

Françoise Olmo (Universidad Politécnica de Valencia, España)

Barry Pennock Speck (Universitat de València, España)

Salvador Pons Bordería (Universitat de València, España)

Ferrán Robles Bataller (Universitat de València, España)

Françoise Salager-Meyer (Universidad de Mérida, Venezuela)

José Santaemilia Ruiz (Universitat de València, España)

Carsten Sinner (Universität Leipzig, Alemania)

Francisco Yus (Universidad de Alicante, España)

Chelo Vargas (Universidad de Alicante, España)

Steve Walsh (University of Newcastle, Reino Unido)

EL DISCURSO TURÍSTICO DE GUERRA Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN

LOS FOLLETOS SOBRE LA RUTA DE GUERRA
DEL NORTE (1938)

Marta Valdenebro Arenas

Publicacions de la Universitat de València (PUV) is the publishing house of the Universitat de València (UV). We share the UV's mission to promote the dissemination and communication of scientific ideas, academic work and culture in the broadest sense.

This publication may not be reproduced, in whole or in part, or recorded in, or transmitted by any information retrieval system, in any form or by any means, whether photomechanical, photochemical, electronic, photocopying or otherwise, without the prior permission of the publisher. Please contact CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) if you need to photocopy or scan any part of this work.

PUV has no responsibility for the persistence or accuracy of URLs for external or third-party internet websites referred to in this publication and does not guarantee that any content on such websites is, or will remain, accurate or appropriate.



© Marta Valdenebro Arenas, 2024

© This edition: Universitat de València, 2024

Publicacions de la Universitat de València

<http://puv.uv.es>

publicacions@uv.es

Layout & cover design: Publicacions de la Universitat de València

ISSN: 2605-4469

ISBN: 978-84-1118-407-6 (paperback)

ISBN: 978-84-1118-408-3 (PDF)

DOI: <http://doi.org/10.7203/PUV-OA-408-3>

Digital edition



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

CONTENIDOS

LISTADO DE ABREVIATURAS	16
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO 1. GESTIÓN TURÍSTICA INSTITUCIONAL EN EL BANDO SUBLEVADO DURANTE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA (1936-1939).....	23
1.1 El turismo como una herramienta propagandística en tiempos de guerra	24
1.2 El Servicio Nacional del Turismo (1938-1939).....	25
1.3 Las Rutas Nacionales de Guerra.....	26
CAPÍTULO 2. UN ENFOQUE INTEGRADOR DE ACERCAMIENTOS SOCIOLÓGICOS Y LINGÜÍSTICOS APLICADOS AL ANÁLISIS DISCURSIVO Y TRADUCTOLÓGICO DE FOLLETOS TURÍSTICOS EDITADOS POR EL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (1938).....	33
2.1 Acercamientos sociológicos aplicados al análisis discursivo y traductológico de folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo (1938).....	33
2.1.1 Aproximaciones al concepto de ideología	34
2.1.2 El estudio de la traducción desde la perspectiva ideológica	36
2.1.3 El estudio de la agentividad en traducción	38

2.1.4	La <i>actor network theory</i> (ANT) aplicada al estudio de la agentividad en traducción	44
2.2	Acercamientos lingüísticos aplicados al análisis discursivo y traductológico de folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo (1938).....	48
2.2.1	El concepto de género textual aplicado a la investigación en traducción turística	48
2.2.2	La teoría de la valoración aplicada a la investigación en traducción turística	52
2.3	La teoría de la valoración aplicada al estudio de la traducción turística, la agentividad y la ideología presente en folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo (1938).....	69
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA Y MATERIALES		
	DE INVESTIGACIÓN	75
3.1	Consideraciones metodológicas generales	75
3.2	Inspiración metodológica en los estudios de traducción: modelos de análisis para el estudio de la ideología y su traducción.....	77
3.3	Búsqueda y recopilación de los materiales de investigación..	80
3.3.1	Archivo Histórico del Turismo	81
3.3.2	Archivo General de la Administración	82
3.3.3	Biblioteca Nacional de España	83
3.3.4	Gazeta.....	83
3.4	Un modelo de análisis mixto para el análisis discursivo y traductológico de folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo (1938)	84
3.4.1	Contextualización	85
3.4.2	Análisis textual	87
3.4.3	Sistema de valores e ideología	90

CAPÍTULO 4. EL FOLLETO TURÍSTICO <i>EL ITINERARIO “F” DE LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE</i> Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN	93
4.1 Contextualización del estudio de caso	94
4.2 Análisis macrotextual	99
4.3 Análisis microtextual	108
4.3.1 Expresión de la valoración	109
4.3.2 Posición deíctica	125
4.3.3 Proyección del lector-turista	129
4.3.4 Patrón valorativo	130
4.4 Sistema de valores e ideología	133
CAPÍTULO 5. EL FOLLETO TURÍSTICO <i>EL ITINERARIO “P” DE LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE</i>	137
5.1 Contextualización del estudio de caso	137
5.2 Análisis macrotextual	138
5.3 Análisis microtextual	141
5.3.1 Expresión de la valoración	141
5.3.2 Posición deíctica	156
5.3.3 Proyección del lector-turista	159
5.3.4 Patrón valorativo	159
5.4 Sistema de valores e ideología	162
CONCLUSIONES	163
6.1 Consecución de los objetivos	163
6.1.1 Conclusiones sobre la metodología de investigación empleada	163
6.1.2 Conclusiones sobre la herramienta teórica propuesta	164
6.1.3 Conclusiones sobre la fase de contextualización del modelo de análisis mixto	164
6.1.4 Conclusiones sobre la fase de análisis textual del modelo de análisis mixto	165
6.1.5 Conclusiones sobre la fase del sistema de valores e ideología del modelo de análisis mixto	167

6.1.6 Conclusiones sobre los agentes implicados en los procesos de redacción y traducción dentro del Servicio Nacional del Turismo (1938)	167
6.2 Futuras perspectivas de investigación	170
BIBLIOGRAFÍA.....	173
Fuentes primarias.....	173
Fuentes secundarias	173

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Las realizaciones de la expresión del afecto: ejemplos representativos.....	55
Tabla 2. Las realizaciones de la expresión del juicio: ejemplos representativos.....	56
Tabla 3. Las realizaciones de la expresión de la apreciación: ejemplos representativos.....	56
Tabla 4. Las realizaciones léxico-gramaticales del compromiso heteroglósico: ejemplos representativos	59
Tabla 5. El sistema de la graduación (foco y fuerza): ejemplos representativos.....	61
Tabla 6. Transcripción de la ficha documental del folleto <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TM</i> en alemán del HAT.....	82
Tabla 7. Localización del material documental relativo al Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)	86
Tabla 8. Leyenda de colores del sistema de marcación de los textos .	89
Tabla 9. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	109
Tabla 10. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	111
Tabla 11. Variaciones en la traducción de la expresión directa del juicio en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> : ejemplos significativos.....	113
Tabla 12. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	114
Tabla 13. La expresión de la graduación en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> : fuerza intensificada por repetición de elementos	115
Tabla 14. Las asociaciones propagandísticas en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	119

Tabla 15. La traducción de las asociaciones propagandísticas en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	121
Tabla 16. <i>Concesiones-contradicciones</i> en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	122
Tabla 17. La expresión del compromiso en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	124
Tabla 18. Variaciones en la traducción de la expresión del compromiso en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> : ejemplos significativos.....	125
Tabla 19. Apelaciones directas al lector en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> y su traducción	127
Tabla 20. Los indicadores de posición deíctica en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> y su traducción	128
Tabla 21. El sistema de valores en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	134
Tabla 22. Las realizaciones de la expresión del afecto en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	141
Tabla 23. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	142
Tabla 24. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	143
Tabla 25. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	144
Tabla 26. La expresión de la graduación en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> : fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados	146
Tabla 27. La expresión de la graduación en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> : fuerza intensificada por repetición de elementos	147
Tabla 28. Ejemplos significativos de lenguaje figurado en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	149
Tabla 29. La expresión del compromiso en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	154
Tabla 30. Los indicadores de posición deíctica en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	158

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ejemplo del sistema de marcación en el TO: <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	89
Ilustración 2. Ejemplo del sistema de marcación en el TM: <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TM</i>	89
Ilustración 3. Cara A de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	100
Ilustración 4. Cara B de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	100
Ilustración 5. Portada de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	102
Ilustración 6. Contraportada de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	102
Ilustración 7. Mapa del itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte: El Norte (Irún-Gijón) en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	102
Ilustración 8. Selección de fotografías de la cara A de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	103
Ilustración 9. Los retratos de Franco y sus generales en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	104
Ilustración 10. Selección de fotografías de la cara B de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	105
Ilustración 11. Cara A de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TM</i>	108
Ilustración 12. Cara B de <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TM</i>	108
Ilustración 13. Cara A de <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	139

Ilustración 14. Cara B de <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	139
Ilustración 15. Portada de <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	140
Ilustración 16. Mapa del itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte: El Norte (Tuy-Santander) en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	140

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Resumen del sistema de la valoración.....	54
Figura 2. Dimensiones de la deixis según Munday	62
Figura 3. Mapa de la red de producción del folleto turístico <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte</i> en español y su traducción al alemán (1938).....	96
Figura 4. La posición deíctica en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	126
Figura 5. El sistema de la actitud en <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	131
Figura 6. La posición deíctica en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	156
Figura 7. El sistema de la actitud en <i>El itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i>	161
Figura 8. La pirámide de poder sobre la red de producción del folleto turístico <i>El itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte-TO</i> y su traducción al alemán (1938)	170

LISTADO DE ABREVIATURAS

AGA – Archivo General de la Administración

ANT – *Actor network theory*

BNE – Biblioteca Nacional de España

EDT – Estudios descriptivos de traducción

HAT – Historisches Archiv zum Tourismus

PNT – Patronato Nacional del Turismo

SNT – Servicio Nacional del Turismo

TM – Texto meta

TO – Texto origen

INTRODUCCIÓN

Los comienzos de este trabajo se remontan a nuestra visita al Archivo Histórico del Turismo (Historisches Archiv zum Tourismus), situado en el Centro de Estudios Metropolitanos de la Universidad Técnica de Berlín (Alemania). Este archivo custodia documentos turísticos históricos procedentes de todo el mundo y que están escritos mayoritariamente en lengua alemana. En concreto, los folletos turísticos no catalogados sobre España llamaron nuestra atención desde el principio, debido a la imagen que proyectaban de nuestro país y a las diferencias que presentaban en comparación con los materiales de promoción turística más actuales.

La recopilación de los folletos turísticos institucionales sobre España en alemán en el Archivo Histórico del Turismo de Berlín despertó nuestra inquietud por localizar sus respectivos originales en español. Así, comenzó la búsqueda en diferentes archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos. Durante esta labor, localizamos otras publicaciones turísticas institucionales interesantes, tanto en español como en alemán, y creamos un catálogo digital¹ de estas.

Para la elaboración de esta obra, estudiamos los folletos turísticos publicados por el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939), así como la labor de promoción turística realizada por esta institución en el bando sublevado durante la guerra civil española (1936-1939).

En líneas generales, las principales investigaciones sobre traducción turística se han centrado en prácticas y materiales promocionales más actuales. Por ejemplo, algunos autores² han evaluado y reflexionado acerca de la baja calidad de las traducciones en el sector turístico. Durán (2012a: 2) señala que la traducción turística “todavía no recibe la atención que merece en el sector turístico y no alcanza los niveles recomendables para un público exigente como son los turistas internacionales”. Por su parte, Fuentes (2005: 60) alude a la inexperiencia y falta de profesionalización de los encargados de realizar las traducciones y a la escasa importancia

¹ Véase *Catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán* (Valdenebro, 2023).

² Fuentes (2005), Nobs (2006), Ponce (2008) y Durán (2012a, 2012b), entre otros.

que le otorgan a esta tarea los propios agentes turísticos iniciadores de los proyectos de traducción.

Algo parecido sucede con las investigaciones sobre la historia del turismo en España, centradas a menudo en la época del *boom* turístico, cuyo mayor esplendor tuvo lugar en la década de los sesenta, cuando España alcanzó la condición de potencia turística. Así, la labor de promoción turística llevada a cabo por el Estado anteriormente no ha sido investigada hasta estudios recientes, a pesar de su importancia para asentar los cimientos de lo que acontecerá más tarde. De hecho, entre 1928 y mediados de los años cincuenta, España vivió toda una revolución turística, que sufrió un parón con el comienzo de la guerra civil española en 1936. Sin embargo, durante los tres años que duró la contienda, “el turismo no desapareció, sólo se volvió gris, tormentoso, con olor a pólvora y salva de mortero” (Correyero y Cal, 2008: 208) y ha sido objeto de valiosos estudios en diferentes disciplinas³. En 1938, concretamente, España demostraba que “la guerra y el turismo no son siempre incompatibles” (Bolin, 1967: 312) y se convertía en pionera del bautizado como “turismo de guerra” o “turismo político” por su connotación ideológica y propagandística (Brandis y del Río, 2004: 23).

Por tanto, durante la fase inicial de este trabajo intuimos que los discursos presentes en los folletos turísticos del Servicio Nacional del Turismo contenían mensajes ideológicos que reflejaban una determinada visión del mundo y, más específicamente, de España. Además, sospechamos que estas concepciones podrían variar en el momento de ser traducidas al alemán. Por ello, entendimos la relevancia de investigar el contexto en el que se publicaron los ejemplares y estudiar de forma retrospectiva y desde un punto de vista ideológico las labores de redacción y traducción turística dentro del Servicio Nacional del Turismo, prestando especial atención a los diversos agentes involucrados en estas actividades y a sus intervenciones en dichos procesos. En todo momento, fuimos conscientes de lo complejo que resulta investigar la ideología presente en productos textuales referidos a una realidad pasada. Por este motivo, fue necesario recurrir a métodos de investigación empíricos basados en herramientas teóricas y metodológicas diseñadas para proporcionar datos precisos y objetivos.

³ Correyero (2004), Correyero y Cal (2008), Pack (2009) y Concejal (2014), entre otros.

En la actualidad, no existen investigaciones similares que estudien la relación entre ideología, agentividad y traducción turística (español-alemán) en el contexto comunicativo institucional. Este trabajo viene a llenar el vacío al respecto y persigue obtener resultados no solo en el terreno textual, sino también contextual, que contribuyan a la creación de nuevo conocimiento y al enriquecimiento teórico.

El objetivo principal de esta investigación es explorar el sistema de valores y, con ello, la ideología presente en el discurso turístico manifestado en folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo en 1938, así como la configuración de la red de participantes implicados en el proceso de redacción y traducción al alemán de esas publicaciones.

Con el fin de acercarnos paso a paso a este objetivo general, se proponen los siguientes objetivos secundarios:

- Seleccionar del catálogo digital de publicaciones turísticas (1928-1939) los folletos objeto de estudio.
- Esbozar los hitos histórico-turísticos de la época en la que surgen dichos ejemplares.
- Localizar los archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos donde se ubica el material contextual generado durante el proceso de redacción y traducción de los folletos turísticos.
- Desarrollar una herramienta teórica que permita analizar los folletos turísticos combinando la perspectiva sociológica y lingüística.
- Proponer un modelo de análisis para examinar los ejemplares en diferentes estudios de caso.
- Definir y caracterizar el género *folleto turístico* propio del periodo estudiado, mediante un análisis descriptivo de sus parámetros extratextuales y textuales.
- Identificar los indicios que los diferentes participantes implicados en los procesos de redacción y traducción dejaron en los productos textuales definitivos, con especial atención a aquellos cargados ideológicamente.
- Descubrir el sistema de valores sobre el que se sustenta la ideología de uno de los grupos de poder dominantes presentes en el periodo estudiado y observar si ese sistema de valores se reconfigura en la traducción al alemán.

Para la consecución de estos objetivos, la obra queda estructurada en cinco partes: contextualización de la gestión turística promovida por el Servicio Nacional del Turismo en el bando sublevado durante la guerra civil española (capítulo 1), fundamentos teóricos de la investigación (capítulo 2), metodología y materiales de investigación (capítulo 3), estudios de caso (capítulos 4 y 5) y conclusiones. A estos capítulos les precede esta introducción y les sigue el apartado que incluye las referencias bibliográficas.

En el capítulo 1, que se titula “Gestión turística institucional en el bando sublevado durante la guerra civil española (1936-1939)”, se lleva a cabo una revisión de los hitos histórico-turísticos del periodo en el que se generaron los folletos, con el fin de obtener una visión histórica de la realidad turística de España en aquellos turbulentos años. En concreto, se presentan los datos más relevantes sobre el organismo de publicación de los textos objeto de estudio: el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939). Cabe destacar que este capítulo constituye en sí mismo un resultado de la investigación contextual, ya que contiene datos auténticos que no han sido estudiados hasta la fecha. Su lectura es fundamental para comprender los estudios de caso que se incluyen los capítulos 4 y 5.

En el capítulo 2, “Un enfoque integrador de acercamientos sociológicos y lingüísticos aplicados al análisis discursivo y traductológico de folletos turísticos editados por el Servicio Nacional del Turismo (1938)”, se exponen detalladamente los pilares teóricos sobre los que se sustenta la investigación y se sugiere la combinación de algunos acercamientos sociológicos aplicados a la traducción y dos teorías lingüísticas, lo que permite estudiar los folletos turísticos desde una perspectiva contextual y textual.

El capítulo 3, “Metodología y materiales de investigación”, se ocupa de la metodología empleada en el trabajo empírico y de los materiales de investigación: textuales y contextuales. Asimismo, se propone un modelo de análisis para el estudio de la traducción de folletos turísticos, se revisan las fuentes de documentación contextual de este trabajo y se describen aspectos significativos de las fases más importantes del proceso de exploración textual: la preparación del material, la localización de datos y la presentación de resultados.

En los dos siguientes capítulos se recogen los estudios de caso de los folletos turísticos. En el capítulo 4 se realiza un análisis comparativo

entre uno de los folletos en español y su traducción al alemán y en el capítulo 5, un análisis comparativo entre los dos folletos en español.

A continuación, resumimos las conclusiones del trabajo en lo que respecta a la consecución de los objetivos establecidos, tras lo cual apuntamos algunas perspectivas de investigación futura.

Por último, se ofrecen las referencias bibliográficas consultadas, clasificadas en dos grupos (fuentes primarias y fuentes secundarias) y ordenadas alfabéticamente.

El presente libro viene a llenar un vacío en lo que se refiere a las investigaciones sobre traducción turística centradas en la etapa previa al *boom* turístico y, más concretamente, en los años de la guerra civil española (1936-1939). En este sentido, se ofrece información sobre la gestión turística y la propaganda realizada por el bando sublevado a través del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939), y se estudian las prácticas de redacción y traducción llevadas a cabo por esta institución. Además, se examina la red y la pirámide de poder de los participantes implicados en estos procesos, explorando el sistema de valores y la ideología de este grupo dominante mediante un análisis de folletos turísticos institucionales.

Marta Valdenebro Arenas es doctora en Traductología, Traducción Profesional y Audiovisual por la Universidad de Alicante y la Universidad de Valladolid. Sus líneas de investigación se centran en la traducción turística español-alemán (1928-1939), en los estudios de sociología y agentividad aplicados a la traducción, y en la teoría de la valoración aplicada al análisis contrastivo de lenguas, temas sobre los que ha realizado diferentes publicaciones. Además, compagina su labor investigadora con la de docente en un centro público de educación secundaria en Berlín (Alemania).

