



Universidad de Valladolid



PROGRAMA DE DOCTORADO EN TRADUCTOLOGÍA,  
TRADUCCIÓN PROFESIONAL Y AUDIOVISUAL

TESIS DOCTORAL:

**Los inicios del discurso turístico  
moderno en España y su traducción al  
alemán a través de publicaciones  
editadas por las instituciones turísticas  
españolas (1928-1939)**

Presentada por Marta Valdenebro Arenas

para optar al grado de

Doctora por la Universidad de Valladolid

Dirigida por:

Dra. María Teresa Sánchez Nieto

*A mi madre, Paz*



## **Índice**

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Presentación y justificación de la investigación .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Objetivos .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Estructura de la tesis.....</b>	<b>5</b>
<b>2. LOS INICIOS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA ESTATAL MODERNA EN ESPAÑA (1928-1939) .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 El Patronato Nacional del Turismo (1928-1936).....</b>	<b>10</b>
2.1.1 Los antecedentes del Patronato Nacional del Turismo: la Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística (1911-1928).....	10
2.1.2 Creación y funciones del Patronato Nacional del Turismo (1928).....	11
2.1.3 El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931) .....	14
2.1.3.1 La Sección de Informaciones del Patronato Nacional del Turismo .....	17
2.1.3.2 La Sección de Publicaciones del Patronato Nacional del Turismo.....	19
2.1.3.3 La promoción turística del Patronato Nacional del Turismo en Alemania .....	24
2.1.4 El Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana (1931-1936).....	30
<b>2.2 Las instituciones turísticas durante la Guerra Civil española (1936-1939) .....</b>	<b>33</b>
2.2.1 El bando republicano: Patronato Nacional del Turismo (1936-1939) .....	35
2.2.2 El bando sublevado: Servicio Nacional del Turismo (1938-1939) .....	36
<b>2.3 Síntesis: hitos en los inicios de la industria turística estatal moderna en España (1928-1939).....</b>	<b>44</b>
<b>3. COMBINACIÓN DE ACERCAMIENTOS SOCIOLÓGICOS Y LINGÜÍSTICOS APLICADOS AL ANÁLISIS DISCURSIVO Y TRADUCTOLÓGICO DE PUBLICACIONES EDITADAS POR LAS INSTITUCIONES TURÍSTICAS ESPAÑOLAS VIGENTES ENTRE 1928 Y 1939 .....</b>	<b>49</b>
<b>3.1 Acercamientos sociológicos aplicados al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939) .....</b>	<b>50</b>
3.1.1 Aproximaciones al concepto de ideología.....	50
3.1.2 El estudio de la traducción desde la perspectiva ideológica.....	53
3.1.3 El <i>giro sociológico</i> en los Estudios de Traducción .....	57
3.1.4 Los estudios de agentividad en traducción .....	60
3.1.4.1 Algunos conceptos generales sobre agentividad en traducción .....	60

3.1.4.2	La <i>Actor Network Theory</i> (ANT) de Latour y la teoría social de Bourdieu aplicadas al estudio de la agentividad en traducción.....	66
3.1.4.3	El estudio de la agentividad en traducción a través del material contextual.....	74
3.1.4.4	La teoría de la voz aplicada al estudio de la agentividad en traducción.....	79
3.1.5	Revisión crítica y aplicación práctica de conceptos clave de acercamientos sociológicos al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939).....	85
<b>3.2</b>	<b>Acercamientos lingüísticos aplicados al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939) .....</b>	<b>91</b>
3.2.1	El concepto de género textual aplicado a la traducción especializada y a la investigación en traducción.....	91
3.2.1.1	Aproximaciones al concepto de género textual .....	92
3.2.1.2	Los géneros textuales en la comunicación turística.....	95
3.2.1.2.1	Nacimiento y desarrollo de los géneros turísticos.....	95
3.2.1.2.2	Funciones comunicativas de los géneros turísticos.....	96
3.2.1.2.3	Propuestas de clasificación de los géneros turísticos.....	98
3.2.1.3	El concepto de género textual en la traducción especializada .....	105
3.2.1.4	Revisión crítica y aplicación práctica del concepto de género textual al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939) .....	108
3.2.2	La Teoría de la Valoración como propuesta de raíz sistémico-funcional aplicada a la traducción especializada y a la investigación en traducción .....	111
3.2.2.1	Conceptos básicos sobre la Teoría de la Valoración.....	112
3.2.2.2	Los dominios semánticos en la Teoría de la Valoración.....	115
3.2.2.2.1	El sistema de la actitud.....	115
3.2.2.2.2	El sistema del compromiso y las relaciones de alineación escritor-lector .....	119
3.2.2.2.3	El sistema de la graduación .....	125
3.2.2.3	Posición deíctica.....	127
3.2.2.4	El futuro lector .....	128
3.2.2.5	Patrón valorativo.....	130
3.2.2.6	La Teoría de la Valoración en la traducción especializada.....	132
3.2.2.7	Revisión crítica y aplicación práctica de la Teoría de la Valoración al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939).....	136
<b>3.3</b>	<b>La Teoría de la Valoración aplicada al estudio de la traducción turística, la agentividad y la ideología presente en los géneros textuales de los inicios del discurso turístico moderno en España (1928-1939) .....</b>	<b>139</b>

<b>4. METODOLOGÍA Y MATERIALES DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>142</b>
4.1 Consideraciones metodológicas generales.....	142
4.2 Inspiración metodológica en los Estudios de Traducción: modelos de análisis para el estudio de la ideología y su traducción.....	146
4.2.1 El modelo descendente de Lambert y Van Gorp (1985).....	146
4.2.2 La propuesta convergente de Tymoczko (2002).....	148
4.2.3 Otras propuestas conciliadoras .....	150
4.3 Búsqueda y recopilación de los materiales de investigación.....	152
4.3.1 Localización de los materiales de investigación .....	152
4.3.1.1 Archivo Histórico del Turismo.....	153
4.3.1.2 Centro de Documentación Turística de España .....	156
4.3.1.3 Archivo General de la Administración .....	158
4.3.1.4 Biblioteca Nacional de España.....	160
4.3.1.5 Gazeta .....	163
4.3.2 El punto de partida: el catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán.....	166
4.3.2.1 Los criterios de confección del catálogo .....	166
4.3.2.2 El proceso de confección del catálogo.....	167
4.3.3 El corpus de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán .....	169
4.4 Un modelo de análisis mixto para el análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939).....	174
4.4.1 Contextualización .....	176
4.4.1.1 Fuentes de documentación contextual.....	176
4.4.2 Análisis textual.....	181
4.4.2.1 Preparación del material textual.....	182
4.4.2.2 Localización de datos.....	185
4.4.2.3 Presentación los resultados .....	186
4.4.3 Sistema de valores e ideología .....	191
<b>5. ESTUDIO DE CASO: LA HOJA PLEGABLE <i>LOS JARDINES DE ESPAÑA</i> Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN.....</b>	<b>193</b>
5.1 Contextualización del estudio de caso: la hoja plegable <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán.....	193
5.1.1 El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931) .....	193
5.1.2 La labor de redacción y traducción turísticas en el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931).....	194

5.1.3	Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán de la hoja plegable <i>Los jardines de España</i> (1929).....	195
<b>5.2</b>	<b>Análisis macrotextual de la hoja plegable <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán .....</b>	<b>200</b>
<b>5.3</b>	<b>Análisis microtextual de la hoja plegable <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán .....</b>	<b>205</b>
5.3.1	Expresión de la valoración en la hoja plegable <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán .....	205
5.3.1.1	Expresión directa del afecto .....	205
5.3.1.2	Expresión directa e indirecta del juicio .....	206
5.3.1.3	Expresión directa de la apreciación .....	210
5.3.1.4	Expresión de la graduación de la actitud: foco agudizado y fuerza intensificada... ..	212
5.3.1.5	Lenguaje figurado: imágenes, símiles y personificaciones .....	216
5.3.1.6	Asociaciones .....	218
5.3.1.7	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	221
5.3.2	Segmentos añadidos en la traducción de <i>Los jardines de España</i> .....	224
5.3.3	Posición deíctica en <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán.....	230
5.3.4	Proyección del lector-visitante en <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán .....	235
5.3.5	Patrón valorativo en <i>Los jardines de España</i> y su traducción al alemán: un viaje “poético” por los jardines de España.....	236
<b>5.4</b>	<b>Sistema de valores e ideología en la hoja plegable <i>Los jardines de España</i>.....</b>	<b>239</b>
<b>6.</b>	<b>ESTUDIOS DE CASO: LAS VERSIONES MONÁRQUICAS DE LAS HOJAS DE CIUDADES <i>EL ESCORIAL</i>, <i>PALMA DE MALLORCA</i> Y <i>CÁDIZ</i> Y SUS TRADUCCIONES AL ALEMÁN.....</b>	<b>244</b>
<b>6.1</b>	<b>Contextualización de los estudios de caso: las hojas de ciudades <i>El Escorial</i>, <i>Palma de Mallorca</i> y <i>Cádiz</i> y sus traducciones al alemán.....</b>	<b>245</b>
6.1.1	El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931) .....	245
6.1.2	La labor de redacción y traducción turísticas en el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931).....	245
6.1.3	Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades <i>El Escorial</i> , <i>Palma de Mallorca</i> y <i>Cádiz</i> (1929-1930).....	247
<b>6.2</b>	<b>Análisis macrotextual de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades <i>El Escorial</i>, <i>Palma de Mallorca</i> y <i>Cádiz</i> y sus traducciones al alemán .....</b>	<b>249</b>

<b>6.3</b>	<b>Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán.....</b>	<b>255</b>
6.3.1	Expresión de la valoración en la hoja de ciudad <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán .....	255
6.3.1.1	Expresión directa e indirecta del juicio .....	255
6.3.1.2	Expresión directa de la apreciación .....	258
6.3.1.3	Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada por repetición de elementos.....	260
6.3.1.4	Asociaciones .....	261
6.3.1.5	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	265
6.3.2	Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de <i>El Escorial</i> ...	268
6.3.3	Posición deíctica en la versión monárquica de <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán .....	271
6.3.4	Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán .....	276
6.3.5	Patrón valorativo en la versión monárquica de <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán: un viaje “histórico” por El Escorial.....	277
<b>6.4</b>	<b>Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad <i>El Escorial</i> .....</b>	<b>279</b>
<b>6.5</b>	<b>Análisis microtextual de la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca</i> y su traducción al alemán.....</b>	<b>283</b>
6.5.1	Expresión de la valoración en la hoja de ciudad Palma de Mallorca y su traducción al alemán.....	283
6.5.1.1	Expresión directa e indirecta del juicio .....	283
6.5.1.2	Expresión directa de la apreciación .....	285
6.5.1.3	Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada a través de superlativos y lexemas aislados.....	286
6.5.1.4	Asociaciones .....	287
6.5.1.5	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	290
6.5.2	Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de <i>Palma de Mallorca</i> .....	292
6.5.3	Posición deíctica en la versión monárquica de <i>Palma de Mallorca</i> y su traducción al alemán .....	295
6.5.4	Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de <i>Palma de Mallorca</i> y su traducción.....	299
6.5.5	Patrón valorativo en la versión monárquica de <i>Palma de Mallorca</i> y su traducción al alemán: un viaje “de ocio y de recreo” por Palma de Mallorca.....	300
<b>6.6</b>	<b>Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca</i> .....</b>	<b>302</b>

<b>6.7</b>	<b>Análisis microtextual de la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán.....</b>	<b>306</b>
6.7.1	Expresión de la valoración en la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán ....	306
6.7.1.1	Expresión directa e indirecta del juicio.....	306
6.7.1.2	Expresión directa de la apreciación .....	308
6.7.1.3	Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada .....	312
6.7.1.4	Asociaciones .....	317
6.7.1.5	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	320
6.7.2	Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de <i>Cádiz</i> .....	324
6.7.3	Posición deíctica en la versión monárquica de <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán. ....	328
6.7.4	Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán .....	333
6.7.5	Patrón valorativo en la versión monárquica de <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán: un viaje “de prestigio nacional” por <i>Cádiz</i> .....	334
<b>6.8</b>	<b>Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> .....</b>	<b>337</b>
<b>6.9</b>	<b>Síntesis de los hallazgos obtenidos de la contextualización y del análisis macro y microtextual de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades <i>El Escorial</i>, <i>Palma de Mallorca</i> y <i>Cádiz</i> y sus traducciones al alemán .....</b>	<b>340</b>
<b>7.</b>	<b>ESTUDIOS DE CASO: LAS REEDICIONES REPUBLICANAS DE LAS HOJAS DE CIUDADES <i>EL ESCORIAL</i>, <i>PALMA DE MALLORCA</i> Y <i>CÁDIZ</i> Y SUS TRADUCCIONES AL ALEMÁN.....</b>	<b>346</b>
<b>7.1</b>	<b>Contextualización de los estudios de caso: las reediciones republicanas de las hojas de ciudades <i>El Escorial</i>, <i>Palma de Mallorca</i> y <i>Cádiz</i> y sus traducciones al alemán.....</b>	<b>346</b>
7.1.1	El Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana (1931-1939).....	346
7.1.2	La labor de reedición republicana de la serie “hojas de ciudades” en el Patronato Nacional del Turismo (1933) .....	347
7.1.2.1	Fase de (re)sellado.....	350
7.1.2.2	Fase de anotación .....	351
7.1.2.3	Fase de modificación.....	352
7.1.2.4	Fase de las pruebas de impresión .....	355
7.1.2.5	Fase de montaje.....	358
7.1.3	Los participantes implicados en el proceso de reedición republicano de la serie “hojas de ciudades” en el Patronato Nacional del Turismo (1933).....	363
7.1.3.1	El agente funcionario Manuel Pérez Río-Cosa (1888-1958) .....	368
7.1.3.2	La agente traductora Gisela Ephrussi (1904-1985) .....	370

<b>7.2</b>	<b>Análisis macrotextual de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades <i>El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz</i> .....</b>	<b>375</b>
<b>7.3</b>	<b>Análisis microtextual de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades <i>El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz</i> y sus traducciones al alemán.....</b>	<b>381</b>
7.3.1	Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>El Escorial</i> y su traducción al alemán .....	381
7.3.1.1	Texto origen monárquico versus texto origen republicano .....	381
7.3.1.2	Traducción monárquica versus traducción republicana.....	383
7.3.2	Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca</i> y su traducción al alemán .....	385
7.3.2.1	Texto origen monárquico versus texto origen republicano .....	385
7.3.2.2	Traducción monárquica versus traducción republicana.....	387
7.3.3	Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> y su traducción al alemán .....	390
7.3.3.1	Texto origen monárquico versus texto origen republicano .....	390
7.3.3.2	Traducción monárquica versus traducción republicana.....	391
<b>7.4</b>	<b>Síntesis de los hallazgos: la reedición republicana de las hojas de ciudades <i>El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz</i> .....</b>	<b>395</b>
<b>8.</b>	<b>ESTUDIO DE CASO: EL FOLLETO TURÍSTICO <i>LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE (1)</i> Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN.....</b>	<b>402</b>
<b>8.1</b>	<b>Contextualización del estudio de caso: el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán .....</b>	<b>403</b>
8.1.1	El Servicio Nacional del Turismo (1938-1939).....	403
8.1.2	La labor de redacción y traducción turísticas en el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939).....	403
8.1.3	Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán del folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> (1938).....	404
<b>8.2</b>	<b>Análisis macrotextual del folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán.....</b>	<b>408</b>
<b>8.3</b>	<b>Análisis microtextual del folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán.....</b>	<b>415</b>
8.3.1	Expresión de la valoración en el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán .....	416
8.3.1.1	Expresión directa e indirecta del juicio.....	416
8.3.1.2	Expresión directa de la apreciación .....	420
8.3.1.3	Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada por repetición ..	422

8.3.1.4	Asociaciones .....	423
8.3.1.5	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	427
8.3.2	Posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán .....	432
8.3.3	Proyección del lector-turista en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán .....	435
8.3.4	Patrón valorativo en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i> y su traducción al alemán: un viaje “propagandístico” por la España Nacional .....	436
<b>8.4</b>	<b>Sistema de valores e ideología en el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....</b>	<b>438</b>
<b>9.</b>	<b>ESTUDIO DE CASO: EL FOLLETO TURÍSTICO <i>LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE (1BIS)</i> .....</b>	<b>443</b>
<b>9.1</b>	<b>Análisis macrotextual del folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....</b>	<b>443</b>
<b>9.2</b>	<b>Análisis microtextual del folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....</b>	<b>446</b>
9.2.1	Expresión de la valoración en el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....	446
9.2.1.1	Expresión directa del afecto .....	446
9.2.1.2	Expresión directa e indirecta del juicio .....	447
9.2.1.3	Expresión directa de la apreciación .....	448
9.2.1.4	Expresión de la graduación de la actitud .....	450
9.2.1.5	Lenguaje figurado: afecto y juicio personificados y repeticiones .....	452
9.2.1.6	Asociaciones .....	453
9.2.1.7	Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector .....	454
9.2.2	Posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....	458
9.2.3	Proyección del lector-turista en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....	461
9.2.4	Patrón valorativo en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> : un viaje “propagandístico y espiritual” por la España Nacional .....	461
<b>9.3</b>	<b>Sistema de valores e ideología en el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i> .....</b>	<b>463</b>



<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>466</b>
<b>10.1 Consecución de los objetivos</b>	<b>466</b>
10.1.1 Conclusiones sobre la metodología de investigación empleada	466
10.1.2 Conclusiones sobre la herramienta teórica y el modelo de análisis mixto	468
10.1.3 Conclusiones sobre la contextualización histórico-turística	470
10.1.4 Conclusiones sobre los géneros profesionales de los inicios del discurso turístico moderno en España	472
10.1.5 Conclusiones sobre la labor de redacción y traducción dentro de las instituciones turísticas españolas vigentes entre 1928 y 1939	473
10.1.6 Conclusiones sobre los análisis microtextuales	479
<b>10.2 Perspectivas de investigación futura</b>	<b>482</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>485</b>
<b>11.1 Fuentes primarias</b>	<b>485</b>
<b>11.2 Fuentes secundarias</b>	<b>486</b>
<b>12. MENCIÓN “DOCTORADO INTERNACIONAL”</b>	<b>502</b>
<b>12.1 Zusammenfassung</b>	<b>503</b>
<b>12.2 Schlussfolgerungen</b>	<b>506</b>
<b>13. ANEXOS</b>	<b>526</b>
<b>13.1 Anexo I</b>	<b>526</b>
<b>13.2 Anexo II</b>	<b>554</b>
<b>13.3 Anexo III</b>	<b>564</b>
<b>13.4 Anexo IV</b>	<b>566</b>
<b>13.5 Anexo V</b>	<b>583</b>

## **Listado de abreviaturas**

AGA – Archivo General de la Administración

BNE – Biblioteca Nacional de España

CDTE – Centro de Documentación Turística de España

HAT – Archivo Histórico del Turismo (*Historisches Archiv zum Tourismus*)

PNT – Patronato Nacional del Turismo

SNT – Servicio Nacional del Turismo

TM – Texto meta

TM<sup>mon</sup> – Versión monárquica del texto meta

TM<sup>rep</sup> – Versión republicana del texto meta

TO – Texto origen

TO<sup>mon</sup> – Versión monárquica del texto origen

TO<sup>rep</sup> – Versión republicana del texto origen

## **Listado de tablas**

Tabla 1. Las Agencias del PNT en el extranjero y sus direcciones (1929) .....	18
Tabla 2. Publicaciones turísticas del Patronato Nacional del Turismo (1928-1929) .....	23
Tabla 3. Los periodistas alemanes participantes del viaje de prensa a España (1929).....	26
Tabla 4. Propuesta de clasificación de los géneros de GENTT en Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 5).....	100
Tabla 5. Las realizaciones de la expresión del afecto: ejemplos representativos .....	115
Tabla 6. Las realizaciones de la expresión juicio: ejemplos representativos .....	116
Tabla 7. Las realizaciones de la expresión de la apreciación: ejemplos representativos .....	117
Tabla 8. Las realizaciones léxico-gramaticales del compromiso heteroglósico: ejemplos representativos en español .....	121
Tabla 9. El sistema de graduación: foco y fuerza .....	126
Tabla 10. Transcripción de la ficha documental del folleto <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM</i> en alemán del HAT .....	155
Tabla 11. El corpus de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán .....	172
Tabla 12. Localización del material contextual relativo a las instituciones turísticas españolas existentes entre 1928 y 1939 .....	180
Tabla 13. Leyenda de colores del sistema de marcación de los textos.....	185
Tabla 14. Ejemplo de tabla: las realizaciones de la expresión directa del afecto en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	187
Tabla 15. Ejemplo de tabla: las realizaciones de la expresión de la apreciación en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> .....	188
Tabla 16. Datación de la serie “hojas plegables” (1929-1930) .....	195
Tabla 17. Las realizaciones de la expresión directa del afecto en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	205
Tabla 18. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	206
Tabla 19. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	207
Tabla 20. La traducción de las realizaciones de la expresión indirecta del juicio (estima social>-normalidad) en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	209
Tabla 21. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	211

Tabla 22. La expresión de graduación en <i>Los jardines de España-TO</i> : foco agudizado y fuerza intensificada mediante superlativos .....	213
Tabla 23. La expresión de graduación en <i>Los jardines de España-TO</i> : fuerza intensificada por repetición de elementos .....	213
Tabla 24. La expresión de la graduación en <i>Los jardines de España-TM</i> : bajada de graduación .....	215
Tabla 25. La expresión de la graduación en <i>Los jardines de España-TM</i> : subida de graduación .....	215
Tabla 26. La traducción de los dobles y tripletes en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	216
Tabla 27. Las imágenes en <i>Los jardines de España-TO</i> : selección de ejemplos representativos .....	217
Tabla 28. Las personificaciones en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	217
Tabla 29. La traducción de símiles y personificaciones en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	218
Tabla 30. La expresión del compromiso en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	222
Tabla 31. Las heteroglosias en los segmentos añadidos en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	224
Tabla 32. Los segmentos añadidos en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	224
Tabla 33. Las realizaciones del juicio en los segmentos añadidos <i>Los jardines de España-TM</i> .....	227
Tabla 34. Las realizaciones de la apreciación directa en los segmentos añadidos en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	227
Tabla 35. Las imágenes en los segmentos añadidos en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	228
Tabla 36. Los dobles y tripletes en los segmentos añadidos en <i>Los jardines de España-TM</i> .....	229
Tabla 37. Los indicadores de posición deíctica en <i>Los jardines de España-TO</i> y su traducción .....	232
Tabla 38. El sistema de valores en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	241
Tabla 39. Datación de la serie “hojas de ciudades” (1929-1930) .....	246
Tabla 40. Las direcciones en la hoja de ciudad <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>mon</sup></i> .....	254
Tabla 41. Las direcciones en la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>mon</sup></i> .....	254
Tabla 42. Las direcciones en la hoja de ciudad <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>mon</sup></i> .....	254
Tabla 43. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	256
Tabla 44. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	258
Tabla 45. Las realizaciones de expresión directa de la apreciación en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	259

Tabla 46. La expresión de graduación en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> : fuerza intensificada por repetición de elementos.....	261
Tabla 47. La expresión del compromiso en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	266
Tabla 48. La traducción de los pronunciamientos y consideraciones en <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> ....	267
Tabla 49. Los segmentos omitidos en <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> .....	269
Tabla 50. Los indicadores de posición deíctica en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y su traducción .....	273
Tabla 51. El sistema de valores en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	282
Tabla 52. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> ...	284
Tabla 53. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> ..	285
Tabla 54. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> ..	285
Tabla 55. La expresión de graduación en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> : fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados.....	287
Tabla 56. La expresión del compromiso en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	291
Tabla 57. La traducción de los pronunciamientos en <i>Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup></i> .....	292
Tabla 58. Las omisiones en <i>Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup></i> .....	293
Tabla 59. Los indicadores de posición deíctica <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y su traducción .....	297
Tabla 60. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>Cádiz<sup>mon</sup></i> .....	307
Tabla 61. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	308
Tabla 62. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	309
Tabla 63. Variaciones en la traducción de la expresión directa de la apreciación en <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> : ejemplos significativos.....	312
Tabla 64. La expresión de graduación en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> : fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados .....	313
Tabla 65. La expresión de graduación en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> : fuerza intensificada por repetición de elementos .....	315
Tabla 66. La expresión de la graduación en <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> : atenuación de la intensidad.....	316
Tabla 67. Variaciones en la traducción de los sintagmas intensificados por repetición en <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> : ejemplos significativos.....	317
Tabla 68. La expresión del compromiso en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	322
Tabla 69. La traducción de los pronunciamientos en <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> .....	324
Tabla 70. Los segmentos omitidos en <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> .....	326
Tabla 71. Los indicadores de posición deíctica en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> y su traducción.....	331

Tabla 72. El sistema de valores en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	339
Tabla 73. Transcripción de las anotaciones y correcciones al margen en la primera página de la primera prueba de impresión de <i>Cádiz-TM<sup>rep</sup></i> .....	356
Tabla 74. Anotaciones al margen en el montaje de <i>Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup></i> .....	359
Tabla 75. Las ilustraciones y fotografías en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	376
Tabla 76. Las ilustraciones y fotografías en <i>El Escorial-TO<sup>rep</sup></i> .....	376
Tabla 77. Las ilustraciones y fotografías en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	376
Tabla 78. Las ilustraciones y fotografías en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup></i> .....	377
Tabla 79. Las ilustraciones y fotografías en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	377
Tabla 80. Las ilustraciones y fotografías en <i>Cádiz-TO<sup>rep</sup></i> .....	377
Tabla 81. Las diferencias en los hoteles entre <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	378
Tabla 82. Las diferencias en los hoteles entre <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	378
Tabla 83. Las diferencias en los hoteles entre <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	379
Tabla 84. Las diferencias en las distancias entre <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	379
Tabla 85. Las diferencias en las conexiones entre <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	379
Tabla 86. Las diferencias en las distancias entre <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	379
Tabla 87. Las direcciones de las oficinas de información turística en <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>rep</sup></i> .....	381
Tabla 88. Modificaciones de los signos de puntuación en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> : ejemplos representativos .....	382
Tabla 89. Diferencias reseñables entre <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>rep</sup></i> .....	384
Tabla 90. Modificaciones en la expresión de la valoración en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> .....	386
Tabla 91. Otras modificaciones en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> : ejemplos representativos .....	387
Tabla 92. Las modificaciones de los signos de puntuación en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> : ejemplos representativos .....	387
Tabla 93. Diferencias reseñables entre <i>Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>rep</sup></i> .....	389
Tabla 94. Modificaciones en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> y <i>TO<sup>rep</sup></i> : ejemplos representativos .....	391
Tabla 95. Diferencias reseñables entre <i>Cádiz-TM<sup>mon</sup></i> y <i>TM<sup>rep</sup></i> .....	393
Tabla 96. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	416

Tabla 97. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	418
Tabla 98. Variaciones en la traducción de la expresión directa del juicio en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> : ejemplos significativos .....	419
Tabla 99. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	420
Tabla 100. La expresión de graduación en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> : fuerza intensificada por repetición de elementos .....	422
Tabla 101. Las asociaciones propagandísticas en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	426
Tabla 102. La traducción de las asociaciones propagandísticas en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	427
Tabla 103. Concesiones-contradicciones en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	428
Tabla 104. La expresión del compromiso en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	429
Tabla 105. Variaciones en la traducción de la expresión del compromiso en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> : ejemplos significativos .....	431
Tabla 106. Apelaciones directas al lector en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> y su traducción .....	433
Tabla 107. Los indicadores de posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> y su traducción .....	434
Tabla 108. El sistema de valores en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	441
Tabla 109. Las realizaciones de la expresión del afecto en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	446
Tabla 110. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	447
Tabla 111. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	447
Tabla 112. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	448
Tabla 113. La expresión de graduación en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> : fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados .....	450
Tabla 114. La expresión de graduación en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> : fuerza intensificada por repetición de elementos .....	451
Tabla 115. Ejemplos significativos de lenguaje figurado en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	452
Tabla 116. La expresión del compromiso en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	456
Tabla 117. Los indicadores de posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> ..	460

## **Listado de ilustraciones**

Ilustración 1. Cartel de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929 .....	12
Ilustración 2. Cartel de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929 .....	12
Ilustración 3. Las primeras estadísticas oficiales: puntos de entrada de extranjeros en España en 1929, en Patronato Nacional del Turismo (1930) .....	15
Ilustración 4. Las primeras estadísticas oficiales: promedio del gasto diario de los extranjeros en las diferentes provincias españolas, en Patronato Nacional del Turismo (1930) .....	15
Ilustración 5. Hoja resumen de salida de los impresos de propaganda gratuita enviados por el Patronato Nacional de Turismo durante el año 1929, en Patronato Nacional del Turismo (1930: 153) .....	22
Ilustración 6. Las posibles dadas del proceso de traducción, en Abdallah (2010: 16) .....	72
Ilustración 7. Esquema para describir traducciones propuesto por Lambert y Van Gorp (1985: 43) .....	147
Ilustración 8. Depósitos del Archivo Histórico del Turismo (HAT) .....	154
Ilustración 9. Depósitos del Archivo Histórico del Turismo (HAT) .....	154
Ilustración 10. Depósitos del Centro de Documentación Turística de España (CDTE) .....	156
Ilustración 11. Búsqueda avanzada en el catálogo del CDTE (2016) .....	157
Ilustración 12. Ejemplo de registro del catálogo del CDTE: la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca</i> .....	158
Ilustración 13. Depósitos del Archivo General de la Administración (AGA) .....	159
Ilustración 14. Depósitos de la Biblioteca Nacional de España (BNE) .....	161
Ilustración 15. Búsqueda avanzada en el catálogo de la BNE .....	162
Ilustración 16. Ejemplo de registro del catálogo de la BNE: el folleto turístico <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	162
Ilustración 17. Periodos de la Historia de España en la base de datos Gazeta .....	163
Ilustración 18. Diferentes denominaciones de la <i>Gazeta</i> .....	165
Ilustración 19. Búsqueda avanzada en la base de datos Gazeta .....	165
Ilustración 20. Transcripción de la portada y primera página de <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	184
Ilustración 21. Transcripción de última página de <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	184
Ilustración 22. Ejemplo del sistema de marcación en los TO: <i>Los jardines de España-TO</i> .....	186
Ilustración 23. Ejemplo del sistema de marcación en los TM: <i>Los jardines de España-TM</i> .....	186



Ilustración 24. Cara A de <i>España, país de arte-TO</i> .....	201
Ilustración 25. Cara B de <i>España, país de arte-TO</i> .....	201
Ilustración 26. Cara A de <i>Los jardines de España-TO</i> .....	201
Ilustración 27. Cara B de <i>Los jardines de España-TO</i> .....	201
Ilustración 28. Cara A de <i>Los jardines de España-TM</i> .....	204
Ilustración 29. Cara B de <i>Los jardines de España-TM</i> .....	204
Ilustración 30. La portada de <i>Los jardines de España-TM</i> .....	204
Ilustración 31. Portada de la hoja de ciudad <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	250
Ilustración 32. Portada de la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	250
Ilustración 33. Portada de la hoja de ciudad <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	250
Ilustración 34. Página siete de <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> con el listado de los hoteles recomendados	250
Ilustración 35. Página siete de <i>Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> con el listado de los hoteles recomendados ..	250
Ilustración 36. Página siete de <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> con el listado de los hoteles recomendados.....	250
Ilustración 37. Última página de <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> con el plano de El Escorial .....	251
Ilustración 38. Última página de <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> con plano de la ciudad .....	251
Ilustración 39. Última página de <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> con el plano de la ciudad.....	251
Ilustración 40. Puerta de Tierra en Cádiz.....	311
Ilustración 41. Tabernáculo de la Catedral de Cádiz .....	311
Ilustración 42. Torre Tavira en Cádiz .....	311
Ilustración 43. Presupuesto de gastos para el año económico de 1933 .....	348
Ilustración 44. Sello de la REPÚBLICA ESPAÑOLA en la última página de <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	351
Ilustración 45. Sello de la REPÚBLICA ESPAÑOLA en la última página de <i>El Escorial-TM<sup>mon</sup></i> .....	351
Ilustración 46. Última y primera página de la traducción monárquica de la hoja de ciudad <i>Aranjuez</i> .....	352
Ilustración 47. Lista de hoteles en Salamanca enviada por la Oficina de Información de Salamanca al PNT .....	353
Ilustración 48. Modificaciones de la reedición republicana de la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> : cambios en las ilustraciones y los fotografías .....	354
Ilustración 49. Modificaciones de la reedición republicana de la hoja de ciudad <i>Cádiz</i> : cambios en las distancias, los hoteles y las direcciones de las Oficinas de Información del PNT .....	354

Ilustración 50. La primera, segunda y tercera página de la primera prueba de impresión de <i>Cádiz-TM<sup>rep</sup></i> .....	355
Ilustración 51. El proceso de reedición republicana a través de las pruebas de impresión de <i>Cádiz-TM<sup>rep</sup></i> .....	357
Ilustración 52. Última página y portada del montaje de la traducción al alemán de la hoja de ciudad <i>Santander</i> (versión republicana) .....	361
Ilustración 53. Última página y portada del montaje de la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca</i> (versión republicana).....	362
Ilustración 54. Portada de la traducción al español de Hermann y Dorotea (1924) de J. W. Goethe, por Manuel Pérez Río-Cosa.....	369
Ilustración 55. Inauguración de la exposición de las pintoras Marisa Roësset y Gisela Ephrussi en el salón de Exposiciones del Museo de Arte Moderno .....	371
Ilustración 56. Portada de la hoja de ciudad <i>El Escorial-TO<sup>rep</sup></i> .....	375
Ilustración 57. Portada de la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup></i> .....	375
Ilustración 58. Portada de la hoja de ciudad <i>Cádiz-TO<sup>rep</sup></i> .....	375
Ilustración 59. Última página de <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	380
Ilustración 60. Última página de <i>El Escorial-TO<sup>rep</sup></i> .....	380
Ilustración 61. Luis Antonio Bolín Bidwell (Director General del Turismo), al frente de una peregrinación francesa a la España Nacional (agosto de 1938) .....	406
Ilustración 62. Cara A de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	408
Ilustración 63. Cara B de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	408
Ilustración 64. Portada de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	409
Ilustración 65. Contraportada de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	409
Ilustración 66. Mapa de la Ruta nº. 1: El Norte (Irún-Gijón) en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	409
Ilustración 67. Selección de fotografías de la cara A de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	410
Ilustración 68. Los retratos de Franco y sus seis generales en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	411
Ilustración 69. Selección de fotografías de la cara B de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	412
Ilustración 70. Cara A de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM</i> .....	415
Ilustración 71. Cara B de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM</i> .....	415
Ilustración 72. El Cinturón de Hierro de Bilbao .....	423
Ilustración 73. Escudo de Oviedo.....	425
Ilustración 74. Cara A de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	444

Ilustración 75. Cara B de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	444
Ilustración 76. Portada de <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	444
Ilustración 77. Mapa de la Ruta nº.1bis: El Norte (Tuy-Santander) en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	445

## **Listado de figuras**

Figura 1. Resumen del sistema de la valoración .....	114
Figura 2. Expresiones directas e indirectas de actitud.....	119
Figura 3. Dimensiones de la deixis según Chilton .....	127
Figura 4. Dimensiones de la deixis según Munday.....	128
Figura 5. Las voces textuales del discurso periodístico según Martin y White (2005: 173) .....	130
Figura 6. Ejemplo de figura: el sistema de la actitud en la hoja plegable <i>Los jardines de España-TO</i> .....	187
Figura 7. Ejemplo de figura: la posición deíctica en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	190
Figura 8. Mapa de la red de producción de la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán (1929-1930) .....	196
Figura 9. La posición deíctica en <i>Los jardines de España-TO</i> .....	230
Figura 10. El sistema de la actitud en la hoja plegable <i>Los jardines de España-TO</i> .....	238
Figura 11. Mapa de la red de producción de la serie “hojas de ciudades” en español y su traducción al alemán (1929-1930).....	247
Figura 12. La posición deíctica en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	271
Figura 13. El sistema de la actitud en la hoja de ciudad <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> .....	278
Figura 14. La posición deíctica en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	295
Figura 15. El sistema de la actitud en la hoja de ciudad <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	301
Figura 16. El sistema de valores en <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> .....	305
Figura 17. La posición deíctica en <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	328
Figura 18 . El sistema de la actitud en la hoja de ciudad <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	335
Figura 19. Los sistemas de la actitud en <i>El Escorial-TO<sup>mon</sup></i> , <i>Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup></i> y <i>Cádiz-TO<sup>mon</sup></i> .....	341
Figura 20. Fases del proceso de reedición republicana (1933).....	349
Figura 21. Los traductores implicados en el proceso de reedición republicano (1933).....	360
Figura 22. Mapa de la red de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al alemán en 1933 .....	364
Figura 23. La posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO</i> .....	432
Figura 24. El sistema de la actitud en el folleto <i>Las Rutas de Guerra (1)-TO</i> .....	437

Figura 25. La posición deíctica en <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	458
Figura 26. El sistema de la actitud en el folleto <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO</i> .....	462
Figura 27. La voz del promotor turístico en los inicios del discurso turístico moderno.....	480



# 1 INTRODUCCIÓN

## 1.1 Presentación y justificación de la investigación

Este trabajo es el resultado de un largo periodo de dedicación y esfuerzo. El interés por emprender una investigación en traducción turística, como la que se desarrolla en esta tesis, se remonta al año 2014, año en el que obtuve la beca del Instituto de Turismo de España para trabajar en la Oficina Española de Turismo en Berlín (Alemania). Durante esta etapa, tuve la oportunidad de conocer de cerca cómo se gestionaba la promoción turística de España en el extranjero y cómo se desarrollaba la labor de traducción de material promocional en un contexto institucional.

Mi curiosidad por la labor de traducción turística institucional me llevó al Archivo Histórico del Turismo (*Historisches Archiv zum Tourismus*) situado en el Centro de Estudios Metropolitanos de la Universidad Técnica de Berlín, que custodia documentos turísticos históricos (desde el siglo XVII hasta la actualidad), mayoritariamente en lengua alemana, procedentes de todo el mundo. En este archivo, los folletos turísticos no catalogados sobre España llamaron mi 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 más recientes que distribuía la Oficina Española de Turismo en Berlín. Este fue el punto de arranque de un incipiente proyecto de investigación.

La recopilación de publicaciones turísticas institucionales en lengua alemana en el Archivo Histórico del Turismo de Berlín despertó mi inquietud por localizar los textos originales en español de estas, así como otros originales en español y sus traducciones al alemán. Así, comencé la labor de búsqueda en diferentes archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos, que culmina con la creación de un catálogo digital, una base empírica localizada y única de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán, que describimos en detalle más adelante.

Además, desarrollé una labor de documentación preliminar sobre los hitos histórico-turísticos del periodo en el que se generaron las publicaciones turísticas del catálogo, con el fin de obtener una visión histórica de la realidad turística de España desde 1928 a 1939.

En líneas generales, las principales investigaciones sobre la historia del turismo en España se han centrado en la época del *boom* turístico, cuyo mayor esplendor tuvo lugar en la década de los años sesenta, mientras que la gran labor de promoción turística llevada a cabo por el Estado desde 1928 no ha sido investigada hasta estudios recientes, a pesar de su importancia para asentar los cimientos de lo que acontecerá treinta años más tarde. De hecho, entre 1928 y mediados de los años cincuenta, España vivió toda una revolución turística. La labor del Patronato Nacional del Turismo ha sido estudiada por investigadores como Moreno Garrido, Correyero Ruiz, Cal, Brandis García, del Río Lafuente, Pellejero Martínez, y Vallejo Pousada, entre otros. En el capítulo referido a la bibliografía de esta tesis doctoral recogemos las obras más relevantes al respecto.

Algo parecido sucede con las investigaciones sobre traducción turística, a menudo centradas en las prácticas más actuales. En este sentido, se desconoce cómo se desarrollaba la traducción del incipiente discurso turístico moderno dentro del Patronato Nacional del Turismo.

Por tanto, llegué a la conclusión de que aún quedaba mucho por conocer sobre la promoción turística y las prácticas de traducción en las instituciones turísticas españolas existentes en el periodo comprendido entre 1928 y 1939. Entonces, con el apoyo de mi directora de tesis, la Dra. María Teresa Sánchez Nieto, decidí iniciar un proyecto de investigación de mayor envergadura, que se ha visto materializado en esta tesis doctoral.

De forma simultánea, he elaborado cuatro publicaciones adicionales enfocadas en aspectos que van más allá del alcance de esta tesis o que la complementan. Más concretamente, las publicaciones de los años 2017<sup>1</sup> y 2018<sup>2</sup> exploran el folleto turístico

---

<sup>1</sup> “Los signos no verbales en la propaganda ideológica del bando franquista a través de un folleto turístico” (Valdenebro Arenas 2017). La publicación está disponible en: <https://sites.google.com/view/signo/curso-2017/comunicaciones-virtuales> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>2</sup> “Turismo y traducción como instrumentos al servicio de la propaganda ideológica del Estado durante la Guerra Civil española: Estudio lingüístico y traductológico” (Valdenebro Arenas 2018: 177-193).



editado por el Servicio Nacional del Turismo, que fue la primera publicación recopilada en el Archivo Histórico del Turismo de Berlín y que es objeto de estudio más adelante.

Además, he participado en congresos que me han permitido presentar algunos avances de la investigación. Mi primera intervención tuvo lugar en el VIII Congreso Internacional de Lingüística Hispánica (CILH 2016), que fue organizado por el Departamento de Lingüística Aplicada y Translatología (*Institut für Angewandte Linguistik und Translatologie*) de la Universidad de Leipzig (Alemania), donde realicé una estancia de investigación de la mano de mi tutora, la Dra. Elia Hernández Socas. Esta experiencia fue muy valiosa tanto para mi crecimiento personal como profesional.

Más adelante, en el año 2020<sup>3</sup>, se realizó un estudio piloto para esta tesis doctoral en el que se pusieron a prueba ciertas herramientas metodológicas en el análisis discursivo y traductológico de una de las publicaciones turísticas y su traducción, con el fin de verificar su utilidad e identificar las dificultades de su aplicación y adaptarlas a los objetivos y necesidades de la tesis. En esta línea, la publicación del año 2022<sup>4</sup> es un estudio de caso concreto en el que se explora la vida y obra traductológica de uno de los traductores que trabajó para el Patronato Nacional del Turismo durante la Segunda República española (1931-1939), para conocer en profundidad su labor en esta institución turística e investigar cómo se desarrollaba el proceso de traducción turística institucional.

Finalmente, en la fase inicial de documentación sobre el periodo comprendido entre 1928 y 1939, intuimos que los discursos de las publicaciones turísticas contenían mensajes ideológicos que reflejaban una determinada visión del mundo y, más específicamente, de España. Además, sospechamos que estas concepciones podrían cambiar dependiendo de la etapa histórica en la que se originaron y al momento de ser traducidas al alemán. Por tanto, llegamos a comprender la relevancia de investigar el contexto en el que se publicaron los ejemplares y estudiar retrospectivamente y desde un punto de vista ideológico las labores de redacción y traducción dentro las instituciones turísticas españolas, prestando especial atención a los diversos agentes involucrados en dichas 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 lo que fue necesario recurrir

---

<sup>3</sup> “Los comienzos del discurso turístico institucional en España a través de la hoja de ciudad *Cádiz* en español y su traducción al alemán: estudio lingüístico y traductológico” (Valdenebro Arenas 2020: 33-42).

<sup>4</sup> “Siguiendo a Theodor Mahlau (1907-1985): un traductor polifacético en tiempos de la Segunda República Española” (Valdenebro Arenas 2022: 479-498).

a formas métodos de investigación empíricos basados en herramientas teóricas y metodológicas específicas diseñadas para proporcionar datos precisos y objetivos.

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

## 1.1 Objetivos

El objetivo principal de esta tesis doctoral es explorar el sistema de valores y, con ello, la ideología presente en el discurso turístico manifestado en las publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas vigentes entre 1928 y 1939, 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, proponemos los siguientes objetivos secundarios:

- Esbozar los hitos histórico-turísticos de la época en la que surgen las publicaciones turísticas objeto de estudio.
- Localizar los archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos donde se ubican (a) las publicaciones turísticas objeto de estudio y (b) el material contextual generado durante el proceso de redacción y traducción de las publicaciones turísticas.
- Configurar el catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán.
- Seleccionar nuestro corpus de estudio, un conjunto de publicaciones (originales y traducciones) representativas del catálogo.
- Desarrollar una herramienta teórica que permita analizar el corpus de estudio combinando la perspectiva sociológica y lingüística.
- Proponer un modelo de análisis para examinar los ejemplares que componen corpus en diferentes estudios de caso.
- Definir y caracterizar los géneros profesionales propios de los inicios del discurso turístico moderno en España, mediante un análisis descriptivo de sus parámetros extratextuales y textuales.

- Estudiar la labor de redacción y traducción dentro de las instituciones turísticas españolas existentes entre 1928 y 1939.
- Identificar los indicios que los diferentes participantes implicados en los procesos de redacción y traducción dejaron en los productos textuales definitivos (originales y traducciones) y en los documentos que rodean a su gestación, con especial atención a aquellos cargados ideológicamente.
- Sacar a la luz los sistemas de valores sobre los que se sustenta la ideología de los grupos de poder del momento y observar si esos sistemas de valores se reconfiguran en las traducciones al alemán.
- Reflexionar sobre la ideología en traducción turística de tipo institucional.

## 1.2 Estructura de la tesis

Para la consecución de los objetivos anteriores, el presente trabajo se ha dividido en cinco partes bien diferenciadas, que se desglosan del siguiente modo: contextualización histórico-turística del periodo comprendido entre 1928 y 1939 (capítulo 2), fundamentos teóricos de la investigación (capítulo 3), metodología y materiales de investigación (capítulo 4), estudios de caso (capítulos 5, 6, 7, 8 y 9) y conclusiones (capítulo 10). A estos capítulos les precede esta introducción, y les siguen el apartado que incluye las referencias bibliográficas, el apartado de la tesis para la obtención de la mención “Doctorado Internacional”<sup>5</sup> y cinco anexos.

En el capítulo 2, que se titula “Los inicios de la industria turística estatal moderna en España (1928-1939)”, se lleva a cabo una revisión de los hitos más importantes de los inicios de la industria turística estatal moderna en España y las instituciones turísticas existentes durante el periodo comprendido entre 1928 y 1939: el Patronato Nacional del Turismo (1928-1939) y el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939), que son los organismos de publicación de los textos objeto de estudio en esta tesis doctoral. Cabe mencionar que este capítulo no es un mero resumen de los acontecimientos más relevantes sucedidos en el periodo estudiado, sino que constituye en sí mismo un

---

<sup>5</sup> El Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado, modificado por el Real Decreto 195/2016, establece los requisitos para la obtención de la mención “Doctorado Internacional”. De acuerdo con esta normativa, es necesario que “parte de la tesis doctoral, al menos el resumen y las conclusiones, se haya redactado y se haya defendido en una de las lenguas habituales para la comunicación científica en su campo de conocimiento, distinta a cualquiera de las lenguas oficiales en España”. Por ello, el resumen y las conclusiones de este trabajo de investigación aparecen redactados en lengua alemana.

resultado de la investigación contextual y contiene datos auténticos que no han sido estudiados hasta la fecha. Además, su lectura es fundamental para comprender los estudios de caso, que presentamos más adelante. Hemos considerado oportuno incluirlo al comienzo de este trabajo, ya que aporta una visión general del momento histórico y turístico en el que se editaron las publicaciones objeto de estudio y permite introducir al lector conceptos clave que se emplean en capítulos posteriores. Recomendamos al lector consultar este capítulo en caso de que lo necesite.

En el capítulo 3, “Combinación de acercamientos sociológicos y lingüísticos aplicados al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas vigentes entre 1928 y 1939”, exponemos detalladamente los pilares sobre los que se sustenta nuestra investigación y que constituyen los cimientos teóricos de esta tesis doctoral. En primer lugar, presentamos los principales enfoques que han estudiado la relación entre la ideología y la traducción. A continuación, repasamos acercamientos sociológicos a la traducción y explicamos algunos conceptos que serán esenciales para el desarrollo de la tesis en el nivel contextual. Más adelante, revisamos los dos acercamientos lingüísticos que nos han servido para complementar este estudio en el nivel textual. Por último, sugerimos la combinación de ciertos enfoques sociológicos aplicados a la traducción y teorías lingüísticas, la cual nos va a permitir estudiar nuestro material desde una perspectiva contextual y textual.

El capítulo 4, “Metodología y materiales de investigación”, se ocupa de la metodología empleada en el proceso de elaboración de la tesis y de los materiales de investigación: textuales y contextuales. En primer lugar, partimos de la explicación detallada de la metodología empleada en el trabajo empírico para seguidamente presentar la localización de las dos bases empíricas sobre las que se sustenta este trabajo. Concretamente, presentamos la base empírica que constituye el punto de partida de la investigación: el catálogo de publicaciones turísticas editadas por las instituciones turísticas existentes durante el periodo comprendido entre 1928 y 1939. Además, describimos el corpus de publicaciones turísticas representativas. Por último, proponemos un modelo de análisis para el estudio de la traducción de publicaciones turísticas, revisamos las fuentes de documentación contextual de las que procede el material contextual de esta tesis doctoral y describimos aspectos significativos de las fases más importantes del proceso de exploración textual del corpus: la preparación del material, la localización de datos y la presentación de resultados.

En los capítulos 5, 6, 7, 8 y 9 recogemos los diferentes estudios de caso de los ejemplares del corpus que están estructurados según el modelo de análisis propuesto en el capítulo 4, y destacamos los resultados más interesantes de cada uno. Es recomendable que los estudios de caso se lean en orden de aparición.

En el capítulo 10 resumimos las conclusiones de nuestro trabajo en lo que respecta a la consecución de los objetivos establecidos, tras lo cual apuntamos nuestras perspectivas de investigación futura.

Finalmente, se ofrecen las referencias bibliográficas consultadas, clasificadas en dos grupos (fuentes primarias y fuentes secundarias) y ordenadas de forma alfabética, y un apartado formado por diferentes anexos, a saber: el Anexo I ofrece material documental relacionado con la promoción del turismo llevada a cabo por el Patronato Nacional del Turismo en Alemania; el Anexo II presenta documentación producida por el Servicio Nacional del Turismo sobre el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra*; el Anexo III contiene el catálogo de textos origen y traducciones publicados por las instituciones de publicaciones turísticas vigentes entre 1928 y 1939; el Anexo IV incluye el corpus de publicaciones representativas del catálogo, y, por último, el Anexo V muestra los materiales generados durante el proceso de reedición de uno de los géneros textuales analizados llevado a cabo por el Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana. Recomendamos al lector acudir a los anexos, especialmente al catálogo y al corpus, siempre y cuando sea necesario.



## **2 LOS INICIOS DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA ESTATAL MODERNA EN ESPAÑA (1928-1939)**

En este capítulo describimos los hitos más importantes de los inicios de la industria turística estatal moderna en España y las instituciones turísticas existentes durante el periodo comprendido entre 1928 y 1939: el Patronato Nacional del Turismo (1928-1939) y el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)<sup>6</sup>, que son los organismos de publicación de los textos objeto de estudio en esta tesis doctoral.

En primer lugar (2.1), repasamos la labor de promoción turística llevada a cabo por la primera Administración turística moderna española: el Patronato Nacional del Turismo, en sus dos fases (monárquica y republicana) desde su creación (1928) hasta el comienzo de la Guerra Civil española (1936). El Patronato Nacional del Turismo es la institución responsable del surgimiento de un incipiente discurso turístico moderno en España. Además, analizamos la labor de promoción turística llevada a cabo por el Patronato Nacional del Turismo en Alemania a través de su Agencia en Múnich.

En segundo lugar (2.2), revisamos la promoción turística en las instituciones turísticas españolas durante la Guerra Civil española (1936-1939), con especial atención a la labor del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939), institución turística presente en el bando sublevado durante la Guerra Civil española, que se desarrolló en un contexto comunicativo-turístico bien diferente al de la otra institución estudiada.

---

<sup>6</sup> Para una correcta lectura y comprensión de la tesis doctoral, aconsejamos al lector acudir a este primer capítulo, en caso de que fuese necesario.

## 2.1 El Patronato Nacional del Turismo (1928-1936)

### 2.1.1 Los antecedentes del Patronato Nacional del Turismo: la Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística (1911-1928)

La preocupación por el turismo moderno, es decir, el turismo entendido como industria, afloró en España nada más iniciarse el siglo XX.

El monarca Alfonso XIII, durante su reinado (1902-1931), intentó fomentar el turismo en España siguiendo la estela de ellos países europeos más avanzados. En 1911, se creó la Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística<sup>7</sup> con el fin de dar un nuevo impulso al sector turístico en España. Los objetivos de esta institución eran, principalmente, la promoción turística de España y la conservación de su riqueza artística.

Al frente de la Comisaría se situó a Benigno de la Vega-Inclán y Flaquer (1858-1942), marqués del mismo nombre, quien estuvo al frente de la institución hasta 1928, es decir, durante toda su existencia. Bajo su cargo se impulsaron importantes proyectos, entre los que destacan la construcción de la Casa y Museo del Greco, la Casa Cervantes de Valladolid y el Museo Romántico de Madrid, así como la construcción del Parador Nacional de Gredos, el primer parador nacional. Además, promovió la edición de algunas publicaciones turísticas, como la serie *El Arte en España*, lo que, sin embargo, estaba lejos de constituir una política editorial turística moderna. La buena visión de futuro de Benigno de la Vega-Inclán y Flaquer hizo que se le considerara “el primer empresario turístico-cultural de España”, según Moreno Garrido (2005: 34).

La Comisaría Regia, durante sus años de gestión, “fue todo lo eficaz que le permitieron los recursos de que pudo disponer, predominando en sus actividades las de carácter artístico”, así consta en la *Memoria* que publicó el propio Patronato Nacional del Turismo (1930: 2)<sup>8</sup>. Se trató de un organismo muy personalista, sin una dotación presupuestaria que ayudase en la realización de proyectos, y que estaba alejado de la realidad del turismo español, que era mucho más que una mera cuestión artística y cultural.

---

<sup>7</sup> La Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística se creó por Real Decreto de 19 de junio de 1911.

<sup>8</sup> Patronato Nacional del Turismo (1930). *Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*. Madrid: Talleres Voluntad.



Por estos motivos, existía una corriente de opinión que abogaba por la creación de un nuevo organismo turístico estatal. Este fue el Patronato Nacional de Turismo, creado por Real Decreto de 25 de abril de 1928 en sustitución de la Comisaría Regia del Turismo. Se daba así por finalizada “la primera etapa en la historia del turismo español con un balance de luces y sombras”, en palabras de Moreno Garrido (2005: 41).

### **2.1.2 Creación y funciones del Patronato Nacional del Turismo (1928)**

Durante la dictadura de Primo de Rivera, se creó por Real Decreto de 25 de abril de 1928 el Patronato Nacional del Turismo<sup>9</sup> (en adelante PNT) y se sentaron las bases de la verdadera industria turística moderna de carácter estatal en España<sup>10</sup>, que imitaba el esquema ya existente en las administraciones turísticas de otros países de Europa.

El PNT supuso la primera intervención del Estado en materia turística y tuvo una doble misión: “en primer lugar, la preparación de España para el Turismo y, en segundo término, la propaganda de España, dentro y fuera de su territorio, para estimular el Turismo interior y atraer al extranjero” (PNT: 1930: 2).

Estas dos misiones implicaban dos cuestiones. La primera cuestión era de carácter ideológico y consistía en desmontar los prejuicios que existían sobre España en el extranjero. En aquella época, España era conocida por ser “un país de bandoleros y de atraso inconcebible, de difícil acceso; de comunicaciones impracticables; de alojamientos sucios” (PNT 1930: 38). El PNT hizo hincapié en las ventajas políticas que tendría para España darse a conocer como una sociedad moderna y abierta a las iniciativas y sugerencias más avanzadas y no solo por ser “un inmenso Museo que atesore las obras de arte debidas al genio de nuestros antepasados” (*ibid.*: 3). La segunda cuestión era de carácter económico y perseguía aumentar los ingresos económicos de España. El PNT era conocedor de que los fenómenos económicos posteriores a la Primera Guerra Mundial habían puesto de manifiesto la importancia del

---

<sup>9</sup> La labor del Patronato Nacional del Turismo ha sido estudiada por investigadores como Moreno Garrido (2005, 2007, 2010, 2013, 2018), Correyero Ruiz (2005, 2008, 2004), Cal (2008), Brandis García (2015), del Río Lafuente (2015), Pellejero Martínez (2002, 2018), y Vallejo Pousada (2018), entre otros. Las aportaciones de estos autores junto con nuestras investigaciones en diferentes archivos y bases de datos constituyen los fundamentos de este apartado.

<sup>10</sup> Algunos autores (Pellejero Martínez 2002; Moreno Garrido 2010) apuntan que existen pocas obras que han estudiado en profundidad esta parte de la historia del turismo y, concretamente, la labor del Patronato Nacional de Turismo, como primera Administración turística española.

Turismo como industria y que grandes potencias, como Francia e Italia, se libraron de la bancarrota gracias a las corrientes turísticas que recibieron en esa época<sup>11</sup>.

Los primeros retos turísticos para España fueron las exposiciones Internacional de Barcelona e Iberoamericana de Sevilla de 1929 (v. Ilustración 1 e Ilustración 2). Estos eventos eran la ocasión perfecta para que España recuperara una buena imagen a nivel internacional y mejorara sus ingresos económicos.



**Ilustración 1. Cartel de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929<sup>12</sup>**



**Ilustración 2. Cartel de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929<sup>13</sup>**

Las funciones de la Comisaría Regia se refundieron en las del Patronato Nacional del Turismo y fueron aprobadas por Real Decreto de 25 de abril de 1928, publicado en la *Gaceta de Madrid* de 26 de abril de 1928:

- a) Divulgar, en todos sus aspectos, el conocimiento de España, fomentando para ello la publicación de guías, catálogos, anuncios, itinerarios, etc., dentro y fuera de nuestra patria, ya directamente o contratando, en su totalidad o en parte, este importante servicio.
- b) Provocar y apoyar cuantas iniciativas tiendan a mejorar el Turismo.
- c) Estimular el desarrollo de la industria hotelera, otorgando auxilios en los casos en que interese especialmente al Turismo.
- d) Estudiar los medios para, con la cooperación de elementos que se prestan a ello desinteresadamente, llegar a la implantación de Escuelas de Turismo, que faciliten personal titulado en el número que se estime preciso, con dominio de los

---

<sup>11</sup> Así lo recoge el Patronato Nacional de Turismo en su *Memoria* (Patronato Nacional del Turismo 1930: 1).

<sup>12</sup> Imagen tomada de: <https://icas.sevilla.org/espacios/sahp/noticias/luz-29> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>13</sup> Imagen tomada de: <http://damadeelche.me/exposicion-internacional-de-barcelona-1929/0102-1929-la-dama-de-elche-cartel-de-la-exposicion-internacional/> [Último acceso 14.04.2023]

idiomas extranjeros más extendidos y con la debida cultura artística para servir de guías aptos a los turistas.

- e) Promover y apoyar la propaganda del Turismo en el Extranjero, organizando, cuando así convenga, Centros de Información y viajes en otros países, correspondiendo la vigilancia de estos servicios a los Representantes de Su Majestad.
- f) Fundar Centros o Agencias de Turismo en España, donde no existan, estableciendo relación colaboradora con las Juntas y Sindicatos de Iniciativa de Turismo, Comisiones de Monumentos y Sociedades de Amigos del País, así como con todas las entidades culturales, de hidrología médica, playas y balnearios, deportivas, alpinas, ferroviarias, "Clubs" de automovilismo, Cámaras de Comercio, de la Propiedad y Hoteleras y , en general, con todas aquellas de iniciativa oficial o ciudadana cuya actuación pueda de algún modo utilizarse para el mejor éxito de esta obra.
- g) Cualquier otra labor que contribuya a afirmar el prestigio de España entre los que vienen a visitarla, dándoles facilidades para hacerlo, y que, guardando conexión con las anteriores funciones, no le esté vedado por leyes generales del Reino, o por disposiciones especiales. (Real Decreto de 25 de abril de 1928)

Para el PNT era tan importante su labor de propaganda e información dentro de España como en el extranjero, pero, para lograr que una corriente turística extranjera de alcance considerable y constante visitara España, se requería tiempo y un plan preconcebido de propaganda (PNT 1930: 3). Además, el propio PNT indicaba cómo debía ser esa propaganda<sup>14</sup>:

Característica de la propaganda de Turismo ha de ser su condición apolítica, pero de un apoliticismo absoluto, que debe encontrar, en todo momento, motivos para exaltar todo lo que a España se refiera, ya que no pueden exportarse antagonismos y críticas que sólo en el orden interno nos interesan. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 3)

Esta cita demuestra que para el Patronato Nacional del Turismo era de vital importancia que su propaganda turística sobre España no se viera influida por la política y que España se presentara como un país unido de cara al exterior.

El Patronato Nacional del Turismo se desarrolla en dos fases sucesivas: una primera fase monárquica (1928-1931) y una segunda fase republicana (1931-1939). A continuación, revisamos la fase monárquica.

---

<sup>14</sup> Más adelante, ahondaremos en el significado del sustantivo *propaganda*.

### 2.1.3 El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931)

Esta primera fase comprende el periodo de esplendor del Patronato Nacional del Turismo, en el que se asientan los cimientos del turismo moderno<sup>15</sup> en España. Pellejero Martínez (2002: 149) apunta que “hasta que se produjo el levantamiento militar [de Primo de Rivera], la actuación de la Administración pública en materia turística había sido bastante limitada”. Desde ese momento, se empezó a prestar atención a todos los factores que intervenían en el fomento del turismo en España: desde la mejora en las redes de comunicación y alojamientos, hasta la formación de profesionales.

Durante esta etapa, el PNT consolidó una imagen propagandística de España y contó con un presupuesto elevado que le permitió implementar la mayor parte de los proyectos como, por ejemplo, la divulgación de las cualidades turísticas de España dentro y fuera del país a través de todo tipo de publicaciones (guías, catálogos, folletos, carteles, películas, etc.).

La financiación para el PNT<sup>16</sup> no estaba integrada en los presupuestos estatales y era independiente, siguiendo el modelo de la Comisaría Regia del Turismo. Se dispuso que el PNT se autofinanciara a través de un Seguro Obligatorio de Viajeros creado a tal efecto<sup>17</sup>. En palabras de Moreno Garrido,

[...] hubo malos hábitos que no se corrigieron, ya que, de nuevo, la cuestión del presupuesto quedó en una llamativa ambigüedad y se resolvió improvisando una especie de autofinanciación al estar el Patronato, una vez más, condenado a no tener presupuesto fijo [...]. (Moreno Garrido 2005: 43)

Esta fórmula de autofinanciación permitió al PNT un funcionamiento autónomo, pero, como veremos más adelante, motivó críticas que le acusaron de ser un organismo incontrolado y puesto al servicio de fines políticos ajenos a su cometido (Fernández Poyatos y Valero Escandell 2015: 162).

La visión propagandística del PNT fue muy concienzuda, tomándose como modelo las experiencias de otros países con mayor desarrollo turístico. El PNT era conocedor de que el turismo había sido un elemento básico para la reorganización de

---

<sup>15</sup> Entendemos el concepto *turismo moderno* cuando existe una explotación industrial del turismo, siguiendo la definición propuesta por Pierre Clerget en 1935, “el viaje concebido como negocio”.

<sup>16</sup> Definida en el Real Decreto de 25 de abril de 1928.

<sup>17</sup> Presupuesto de ingresos para 1929 (Patronato Nacional del Turismo 1930: 18).

[illegible][illegible]

15

El Patronato Nacional del Turismo se regulaba por un Reglamento General (Real Orden de 5-12-1928) y un Reglamento Interior (Real Orden de 31-1-1929). La organización administrativa del PNT se dividía en dos: una Administración Central, con sede en Madrid, y una Administración Regional, dependiente de la Central. La Administración Regional dividía España en cinco regiones y al frente de cada una existía un Patronato Subdelegado:

1. Central, con sede en Madrid, comprendía las provincias de Burgos, Logroño, Soria, Valladolid, Palencia, Segovia, Ávila, León, Zamora, Salamanca, Madrid, Toledo, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Cáceres y Badajoz;
2. Cantábrica, con sede en Santander, comprendía las provincias de Navarra, Guipúzcoa, Álava, Vizcaya, Santander, Asturias, Coruña, Lugo, Orense y Pontevedra;
3. Aragón, Cataluña y Baleares, con sede en Barcelona, comprendía las provincias de Barcelona, Gerona, Tarragona, Lérida, Zaragoza, Huesca, Teruel y el archipiélago balear;
4. Levante, con sede en Valencia, comprendía las provincias de Castellón de la Plana, Valencia, Alicante, Albacete y Murcia;
5. Andalucía, Canarias y Protectorado de España en Marruecos, con sede en Sevilla, comprendía las provincias de Sevilla, Córdoba, Jaén, Cádiz, Huelva, Granada, Málaga, Almería, Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas y la zona de Protectorado de España en Marruecos.

El Jefe de las Oficinas Centrales era el Secretario General del PNT, cuyas funciones más significativas eran: abrir la correspondencia, distribuirla y determinar, cuando fuera pertinente, las normas de tramitación y despacho.

Las Oficinas Centrales se dividían en siete Secciones que, asimismo, podían tener cuatro Negociados:

1. Correspondencia general y Asuntos varios;
2. Personal y Estadística;
3. Informaciones;
4. Publicaciones, Propaganda y Oficinas de Prensa;
5. Asesorías técnicas (de Comunicaciones, de Alojamientos, de Arte y Jurídica);
6. Contabilidad general y Crédito hotelero;
7. Registro, Archivo, Biblioteca e Interpretación de Lenguas.

Sin duda, el PNT tuvo una nueva visión del turismo que queda reflejada en la Sección de Informaciones y la Sección de la Publicaciones. Moreno Garrido (2010: 110) sugiere que estas, junto con la cuestión hotelera, eran las grandes carencias en el PNT. En los siguientes apartados, resumimos los aspectos más significativos de estas dos Secciones.

### **2.1.3.1 La Sección de Informaciones del Patronato Nacional del Turismo**

En aquel momento, en España no existía un servicio metódico y sistemático de información turística (PNT 1930: 38). Por ello, la Sección de Informaciones se articuló sobre dos ejes (*id.*). En primer lugar, el 21 de noviembre de 1929, se aprobó la reglamentación del servicio de Guías, Intérpretes y Correos<sup>18</sup>, que creaba los primeros profesionales de este tipo en España. En segundo lugar, el PNT abrió dieciocho Oficinas de Información en la península y siete Agencias en el extranjero.

El PNT instauró todo un sistema de Oficinas de Información<sup>19</sup> y, en cuatro meses, estuvieron funcionando en España dieciocho Oficinas, que se situaron en los principales puertos españoles de llegada y salida de turistas, así como en la frontera francesa, en puntos geográficos con tráfico intenso y en poblaciones del interior con un elevado movimiento turístico (Madrid, Toledo, Burgos, Sevilla y Granada, entre otras).

Desde las Oficinas Centrales en Madrid, el PNT daba, mediante correspondencia diaria y comunicación telegráfica, las informaciones generales a toda España. Las Oficinas de Información del PNT se establecieron en edificios propios, en terrenos cedidos por las Juntas de Obras del puerto, Ayuntamientos, Diputaciones, etc., o bien aprovechando locales cedidos por entidades oficiales, compañías de ferrocarriles o locales propios o arrendados.

Simultáneamente a las gestiones para construir e instalar Oficinas de Información, el PNT comenzó a reclutar personal idóneo para trabajar en ellas. Exigió dos idiomas, además del español, siendo fundamentales el francés, el inglés y el alemán, importantes el portugués y el italiano, y sólo como méritos los restantes. La selección del personal se hizo mediante dos pruebas, una oral y otra escrita, verificadas en los idiomas alegados y sobre temas prácticos de información turística. El personal admitido por este procedimiento estuvo sometido a un curso corto de geografía, historia

---

<sup>18</sup> Para más información sobre la reglamentación del servicio de Guías, Intérpretes y Correos del PNT, remitimos a Patronato Nacional del Turismo (1930: 51-53).

<sup>19</sup> Para más información sobre las Oficinas de Información del PNT en España, remitimos a Patronato Nacional del Turismo (1930: 43-51).

de la civilización española, historia del arte en general y nociones de la organización de los servicios de información.

Una vez terminada la instalación de las distintas Oficinas, se destinó a cada una de ellas un Jefe, uno o varios intérpretes y un auxiliar taquimecanógrafo, para la correspondencia y archivo. El personal de intérpretes fue inmediatamente uniformado.

A cada Oficina se le fue dotando del material necesario de información, y se le remitía periódicamente propaganda gratuita, así como los libros y publicaciones de pago editadas por el PNT, o por cualquier otra entidad o particular que se considerase conveniente poner a la venta.

El Jefe de Oficina, en contacto con las Autoridades de la Aduana y de la Policía, era el encargado de la labor de estadística plasmada en unos resúmenes mensuales que eran remitidos a Madrid.

Rápidamente, el PNT fue consciente de las ventajas que el turismo extranjero podía reportar a nuestro país y situó sus Agencias<sup>20</sup> en los lugares más céntricos de las capitales de los países más importantes del mundo, tal y como mostramos en la Tabla 1. Estas medidas respondían a la necesidad de informar verazmente sobre las condiciones turísticas de España y a la necesidad de propaganda turística de España en el exterior (PNT 1930: 39).

**Tabla 1. Las Agencias del PNT en el extranjero y sus direcciones (1929)<sup>21</sup>**

Agencia	Dirección
PARÍS	Boulevard de la Madeleine, 12
LONDRES	Picadilly Street, 173
MÚNICH	Residenzstrasse [SIC], 6
ROMA	Via Condotti, 9
GIBRALTAR	Main Street, 63 a 67
NUEVA YORK	Quinta Avenida, 695
BUENOS AIRES	Calle de 25 de mayo, 158

Como parte de su estrategia de internacionalización turística, el PNT tuvo muy en cuenta la redacción de material turístico en diferentes idiomas. De hecho, dentro de la Sección de Registro, Archivo, Biblioteca e Interpretación de Lenguas se encontraba el Negociado de Interpretación de Lenguas<sup>22</sup>, cuya misión era la traducción de la correspondencia extranjera que llegaba al PNT, antes de distribuirla a las respectivas Secciones, y la redacción, en idiomas extranjeros, de las hojas de propaganda, folletos,

---

<sup>20</sup> Para más información sobre las Agencias del PNT en el extranjero, remitimos a Patronato Nacional del Turismo (1930: 39-43).

<sup>21</sup> Elaboración propia a partir de Patronato Nacional del Turismo (1930: 40-43). Transcripción literal.

<sup>22</sup> Artículo 9º del Reglamento Interior del Patronato Nacional del Turismo (Real Orden de 31-1-1929).



cartillas turísticas, guías, carteles y demás publicaciones que la Superioridad estimaba pertinentes. Con el fin de llevar a cabo esta misión, el Negociado de Interpretación de Lenguas disponía del personal necesario para hacer traducciones del español, francés, inglés, alemán y viceversa<sup>23</sup>.

En los dieciocho primeros meses desde su creación, el PNT gastó 8.947.869 de pesetas, que responden a la instalación de Oficinas de Información en la península y Agencias en el extranjero, construcción y reformas de paradores, hosterías y albergues, publicaciones, propaganda y subvenciones, principalmente. En el balance de estos primeros dieciocho meses, el PNT se mostraba satisfecho de haber conseguido el fin para el que fue creado: la formación de un ambiente turístico en España, es decir, preparar a España para el turismo con todo lo que esto conllevaba.

Con el paso del tiempo el PNT perdió el matiz estatal con el que se había definido y se puso en tela de juicio su eficacia como institución. En 1930, el PNT sufre una reorganización transitoria mediante Real Decreto de 2 de julio de 1930, que afecta a las Oficinas Centrales, reorganiza sus Secciones y suprime el Negociado de Interpretación de Lenguas encargado de la labor de traducción turística. Esta reorganización suponía reestructurar un esquema que, de alguna manera, no acababa de funcionar del todo (cf. Moreno Garrido 2005: 43).

La financiación autónoma del PNT fue motivo de enfrentamiento entre la monarquía y las emergentes formaciones republicanas, que lo acusaban de ser un organismo incontrolado que estaba al servicio de fines políticos ajenos a su cometido. Así, con el advenimiento de Segunda República, se revisó la estructura del PNT y se llevaron a cabo inspecciones que denunciaron múltiples irregularidades, tal y como señalan Correyero Ruiz y Cal (2008: 481).

### **2.1.3.2 La Sección de Publicaciones del Patronato Nacional del Turismo**

La Sección de Publicaciones fue fundamental en esta etapa. El PNT, con sus publicaciones turísticas, llevó a cabo una política editorial turística novedosa hasta aquel momento, como exponemos en este apartado.

Aunque la Comisaría Regia hizo un esfuerzo por divulgar las bellezas del país, su labor fue insuficiente. Así, en 1928, año de creación del PNT, no existían muchas publicaciones turísticas que promocionaran España. El propio PNT hace constar este

---

<sup>23</sup> Artículo 9º del Reglamento Interior del Patronato Nacional del Turismo (Real Orden de 31-1-1929).

hecho en la introducción del capítulo sobre el Servicio de Publicaciones de su *Memoria*<sup>24</sup>, cuyo fragmento incluimos a continuación:

Una de las necesidades que de manera más apremiante venía haciéndose sentir en España, en orden a la divulgación turística de nuestro país, era precisamente la relativa a libros y publicaciones de Turismo. La literatura turística de nuestra patria era sumamente escasa, a pesar de los esfuerzos realizados por la Comisaría Regia, que hizo cuanto pudo, habida cuenta de los reducidos recursos que tenía a su disposición. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 54)

Esta afirmación resulta llamativa, porque el PNT deja constancia de que, ya entonces, existía conciencia de la especificidad de los géneros en comunicación turística.

La Comisaría Regia se había centrado en la publicación de “algún libro sobre España” o de alguna “pequeña y modesta” guía (PNT: 1930: 54). Además, no disponía de un centro editorial que persiguiera publicar, con la mayor rapidez posible y en las mejores condiciones de calidad, publicaciones ilustradas (libros, folletos, hojas de propaganda, etc.) y redactadas en varios idiomas, que invitaran al viaje por España (*id.*).

El PNT, con su labor editorial, había venido a llenar ese hueco (PNT: 1930: 54), ya que, según el PNT:

Faltaba, sobre todo, un movimiento continuado y armónico, respondiendo a un plan sistémico y orgánico, que se dedicase a dotar a España de aquellos elementos de divulgación eficaces para atraer la atención sobre las muchas bellezas atesoradas por la tierra española. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 54)

Además, el PNT debía cubrir dos necesidades turístico-comunicativas. Por un lado, la propaganda de España como destino turístico; por otro, facilitar su visita proporcionando datos prácticos de carácter general que se adaptasen al turista y le invitasen a viajar.

Así, el PNT centró sus esfuerzos en propagar las bellezas españolas, monumentales, pintorescas, etc., a través de publicaciones volantes gratuitas, copiosamente repartidas, redactadas en varios idiomas y que tuvieran “el radio de difusión más amplio posible, significando el primer contacto del turista con las cosas de España” (PNT 1930: 55). Para lograr este objetivo el PNT empleó publicaciones con numerosas ilustraciones. Como veremos a lo largo de esta tesis doctoral, uno de los

---

<sup>24</sup> Para información más detallada sobre las publicaciones del PNT en esa época, remitimos al capítulo sobre el Servicio de Publicaciones de la *Memoria* del Patronato Nacional del Turismo (1930: 54-75).

rasgos característicos del formato de estas publicaciones turísticas es la importancia de las imágenes, que apoyan visualmente el contenido del texto y, en algunos casos, ayudan a clarificarlo. Según Muñoz Benavente (1996: 51), “[l]a propaganda turística actualizó su lenguaje adaptándose a las nuevas técnicas y basó sus mensajes tanto en la palabra como en la imagen”. Dentro del PNT,

se puso en funcionamiento un Archivo Fotográfico<sup>25</sup>, dependiente de la Sección de Propaganda y Publicaciones, con una visión de futuro inusual para su época que va a permitir su adaptación progresiva de unos organismos a otros. (Muñoz Benavente 1996: 51)

Es decir, es la política turística la que provoca el nacimiento de los archivos fotográficos en la Administración (Muñoz Benavente 1996: 51). En sus inicios y de manera regular, el PNT adquiría las imágenes directamente de sus autores, que normalmente solían ser fotógrafos profesionales.

Sin duda alguna, esta visión editorial del PNT, que resultaba inusual y avanzada para la época, quedó perfectamente reflejada en su plan sistémico y orgánico de publicaciones turísticas (1928-1929). Este plan, que comprendía un gran abanico de instrumentos de promoción turística y cuyo coste ascendía a un millón de pesetas (Correyero Ruiz y Cal 2008: 165), le permitió consolidar su propia imagen propagandística de España y divulgarla profesionalmente a nivel nacional e internacional en tiempo récord.

El plan de publicaciones turísticas trazado por el PNT contenía ejemplares de tres tipos, que clasificamos y resumimos en la Tabla 2. El primer grupo lo conformaban las publicaciones de carácter gratuito, entre las que se incluían la serie “hojas plegables” y la serie “hojas de ciudades”, series que analizamos en detalle en los estudios de caso de esta tesis doctoral. El segundo grupo comprendía guías gratuitas o a un precio accesible para el turista; con ellas, el PNT logró que todas las poblaciones españolas contaran con una guía acreditada. El tercer grupo lo integraban publicaciones muy variadas, que no formaban parte de ningún plan sistémico, pero que buscaban cubrir necesidades reales, ya sea de propaganda o de orientación para los viajeros.

El PNT no solo editó material para lectores españoles, sino que tradujo estos instrumentos de promoción turística a diferentes idiomas con el fin de internacionalizarlos y atraer a los visitantes extranjeros.

---

<sup>25</sup> Actualmente, se encuentra en el Archivo General de la Administración (AGA) situado en Alcalá de Henares, Madrid (España).

En 1929, el PNT envió a las Oficinas de Información correspondientes 2.533.431 impresos de propaganda gratuita en español y en otros idiomas, tal y como muestra la hoja resumen de salida de los impresos de propaganda gratuita de la Ilustración 5. Entre los idiomas extranjeros figuran el francés, el inglés, el alemán y el italiano. También se editaron publicaciones políglotas.

HOJA RESUMEN DE SALIDA DE LOS IMPRESOS DE PROPAGANDA GRATUITA ENVIADOS POR EL PATRONATO NACIONAL DE TURISMO DURANTE EL Año 1929																			
IDIOMAS	Guía de Madrid	Guía de Barcelona	Guía de Sevilla	Guía de Valencia	Guía de Málaga	Guía de Murcia	Guía de Alicante	Guía de Castellón	Guía de Tarragona	Guía de Teruel	Guía de Huesca	Guía de Zaragoza	Guía de Navarra	Guía de Guipúzcoa	Guía de Vizcaya	Guía de Cantabria	Guía de Asturias	Guía de Galicia	Guía de Portugal
Español. . . . .	438	398	121	154	1.307	485	7.344	81	45	1.163	109	20.000	100.000	100.000	20.000	10.000	102.210	174.815	1.000
Francés. . . . .												15.715	81.520	100.000	10.000	5.000	61.270	166.348	1.000
Inglés. . . . .				50								12.364	91.104	100.000	5.000	5.000	71.104	170.376	3.000
Alemán. . . . .														100.000	7.500	5.000			
Italiano. . . . .														100.000	7.500				
Políglotas. . . . .																		229.750	29.500
TOTALES. . . . .	438	398	121	204	1.307	485	7.344	81	45	1.163	109	48.079	272.624	500.000	50.000	25.000	234.584	511.539	5.000
																		229.750	29.500
																		120.000	2.533.431

Ilustración 5. Hoja resumen de salida de los impresos de propaganda gratuita enviados por el Patronato Nacional de Turismo durante el año 1929, en Patronato Nacional del Turismo (1930: 153)

**Tabla 2. Publicaciones turísticas del Patronato Nacional del Turismo (1928-1929)<sup>26</sup>**

Grupo	Subgrupo	Descripción
1. PROPAGANDA GRATUITA	España	Tomito de 160 páginas editado en cuatro idiomas, por D. Sánchez Cantón
	España	Folleto editado en cuatro idiomas centrado en el arte, la naturaleza y los deportes
	Hojas Plegables	Serie de publicaciones en formato desplegable con doce fotografías
	Hojas de Ciudades	Serie de pequeñas guías ilustradas, que constaban de ocho páginas y contenían un plano de ciudad
2. GUÍAS GRATUITAS O A PRECIO ACCESIBLE	Hojas de Ciudades	Tipo de guía mínima elemental
	Guías de Pequeñas Ciudades	Guías con una extensión aproximada de 60 a 100 páginas, que contenían un plano y dieciséis fotografías, al precio de 1,50 pesetas, editadas bajo la dirección de D. Elías Tormo
	Guías España	Tomos de 112 a 145 páginas de poblaciones importantes
	Guías Regionales	Guías de ocho regiones turísticas, similares a las guías Baedeker, editadas bajo la dirección de D. Elías Tormo
	Guías de Hoteles	Grueso volumen de 656 páginas con la relación completa de alojamientos de toda España e información detallada sobre el número de habitaciones, comodidades, precios, etc.
	Guía general de Líneas exclusivas de Transporte en automóvil	Volumen de 616 páginas, que contenía la relación detallada de los servicios de automóviles de toda España con expresión de sus horas de salida y de llegada y de sus precios
3. PUBLICACIONES MIXTAS QUE NO FORMAN PARTE DE PLANES SISTEMATICOS	Ciudades de España	Álbumes de unas 200 páginas, exclusivamente gráficas, de precio reducidísimo
	Folleto Monográficos	Folleto de veinticuatro páginas y de quince a veinte ilustraciones sobre una particularidad arqueológica, histórica y pintoresca. Ya publicado: <i>Las Cuevas de Altamira</i> del profesor Obermaier
	La Sierra de Gredos	Se trataba del primer volumen de la serie denominada "Bellezas Naturales de España"
	Guía del buen comer español	Libro en el que su autor, D. Dionisio Pérez, estudiaba y vulgarizaba la cocina clásica española
	Las romerías andaluzas	Descripción de las típicas romerías andaluzas, por D. J. Muñoz San Román
	Calendario de las fiestas españolas	Enumeración cronológica de las fiestas más importantes en España
	Las fiestas españolas	Descripción de las fiestas españolas en sus orígenes y particularidades
	Los deportes en España	Reseña de las facilidades que ofrecía España para la práctica de los diversos deportes
	El veraneo en España	Hoja volante con datos referentes a las playas y montañas
	La Sierra de Guadarrama	Hoja plegable con texto y fotografías

<sup>26</sup> Elaboración propia a partir de la *Memoria* del Patronato Nacional del Turismo (1930: 57-75). En este compendio sobre las publicaciones turísticas del PNT (1928-1929) tomamos prestada de su *Memoria* (PNT: 1930) la terminología empleada para describir los diferentes ejemplares.

### 2.1.3.3 La promoción turística del Patronato Nacional del Turismo en Alemania

En este apartado desarrollamos las características de la labor de promoción turística que realizó el Patronato Nacional del Turismo en Alemania. Este país recibió, a través de la Agencia del PNT en Múnich, las traducciones de las publicaciones turísticas que son objeto de estudio en esta tesis doctoral.

Para la elaboración de este apartado, hemos recurrido a varias fuentes documentales que hemos recopilado, fundamentalmente, en el Archivo General de la Administración situado en Alcalá de Henares, Madrid (España). Incluimos un compendio del material más relevante localizado en este archivo en el Anexo I del epígrafe 13.1 de esta tesis doctoral<sup>27</sup>.

El primer documento, que presentamos en este apartado, es el titulado *Orientaciones sobre la propaganda del turismo alemán hacia España*<sup>28</sup>, fechado el 30 de junio de 1928<sup>29</sup>, y que recibió el recién creado PNT. Se trata de once cuartillas escritas a máquina elaboradas en el consulado de España en Alemania. A continuación, revisamos los datos más destacados del mismo.

En este escrito queda patente que, por aquel entonces (junio de 1928), Alemania era una nación eminentemente turista, en el ámbito nacional y hacia el extranjero, y que “[c]entenas de millares de alemanes atraviesan anualmente las fronteras de su país” (pág. 2).

En este material documental se describe a dos tipos de turistas alemanes de finales de los años veinte. Por un lado, existía un turista alemán al que le gustaba visitar destinos con un clima más soleado y templado que el de Alemania. Por otro, se encontraba el turista alemán que iba en busca de todo tipo de emociones en los países que visitaba. Asimismo, en las orientaciones se describe a un turista alemán que ahorra durante todo el año parte de su modesto salario para poder viajar al extranjero en sus vacaciones.

En el documento se recoge que, tradicionalmente, la mayor parte de los turistas alemanes habían escogido Italia como destino turístico y que, una vez finalizada la Primera Guerra Mundial, se reanudó con fuerza el interés alemán por viajar al extranjero.

---

<sup>27</sup> Aconsejamos al lector acudir al Anexo I, en caso de que fuera necesario.

<sup>28</sup> Las cuartillas se encuentran en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.550.

<sup>29</sup> Recordemos que el Patronato Nacional del Turismo se creaba por Real Decreto de 25 de abril de 1928.

Sin embargo, gran parte de los turistas alemanes de posguerra comenzaron a escoger otro destino por “razones de índole política y sentimental” (pág. 2), puesto que, al parecer, algunos sectores italianos habían realizado apreciaciones no muy acertadas sobre el turista alemán (pág. 2). Estos turistas buscaban un país con condiciones parecidas a las de Italia (clima, carácter, ambiente, etc.), y este fue España, país con el que Alemania “también por razones sentimentales se hallaba unida con estrecha gratitud” (pág. 2). De hecho, en el documento consta explícitamente la indiscutible “simpatía profunda de todo alemán hacia todo lo español, y su afán cada día mayor de conocer y admirar nuestras bellezas naturales y artísticas, así como nuestros monumentos y recuerdos históricos” (pág. 3). En el escrito se aportan dos ejemplos significativos de esta nueva corriente turística alemana hacia España: los cruceros organizados por las principales Compañías de Navegación alemanas hacia los puertos de nuestro país y la expedición automovilista realizada a través de España por el Automóvil Club de Baviera.

Desafortunadamente, tal y como consta en el documento, esta buena disposición del pueblo alemán por visitar España tropezaba con “serias dificultades” (pág. 3). Por ello, teniendo en cuenta la importancia y los incalculables beneficios que podía reportar a nuestro país esta nueva corriente turística alemana, urgía la necesidad de que España realizara en Alemania una continua e intensa labor de propaganda y atracción turística. Según las orientaciones del escrito, esta labor debía basarse en una organización moderna y coordinada que respondiera a la especial idiosincrasia del pueblo alemán y a la situación de España con relación al turismo (pág. 3-4). De hecho, los países perjudicados por esta nueva elección turística del pueblo alemán (Italia, entre otros) no permanecían indiferentes y estaban trabajando en ello de forma activa y concienzuda (pág. 3).

En estas orientaciones queda constancia del interés que tenía la Administración turística española (ya desde 1926) por conocer la forma más racional y eficaz de mejorar la propaganda turística de España en el extranjero, concretamente en Alemania (pág. 4-9).

Hacia el final del documento (pág. 10), se proponía que se incrementaran en Alemania los centros de propaganda de España de carácter institucional. Estos centros oficiales actuaban en representación de la Administración turística española y suponían una garantía para el público alemán, que solía desconfiar de las iniciativas que respondieran al interés subjetivo del anunciante. Además, se sugería la puesta en marcha de un “ciclo o gira de conferencias ilustradas sobre España en las principales

ciudades de Alemania”<sup>30</sup>, y se señalaba que la persona encargada de ofrecer las conferencias no solo debía conocer el idioma alemán, sino también el carácter, los gustos y las preferencias del público germano.

Según consta en la *Memoria* del PNT (1930), en el año 1929, un total de 18.806 alemanes visitaron España y recorrieron todas sus provincias. En ese momento estaba comenzando una fuerte intensificación de la corriente turística alemana (PNT 1930: 131). De hecho, figura que Alemania tenía “un verdadero anhelo por conocer detenidamente España” (*id.*) y se esperaba que esta tendencia aumentara en los años siguientes.

Además de promocionar los viajes de turistas particulares a España, el Patronato Nacional del Turismo organizó viajes de prensa de periodistas extranjeros a nuestro país, a los que también hizo referencia en su *Memoria* (PNT: 1930). El segundo viaje de periodistas, después del viaje de prensa de los ingleses, fue el de los alemanes (v. Tabla 3), centroeuropeos y escandinavos, quienes llegaron a España el 13 de octubre de 1929, acompañados por D. Domínguez Rodiño, agregado de la Embajada española en Berlín (PNT 1930: 144). Estos periodistas hicieron el mismo recorrido y siguieron el mismo programa que los periodistas ingleses. Al terminar el viaje por España, los periodistas remitieron sus impresiones al PNT y casi todos escribieron crónicas en sus respectivos diarios (*id.*).

**Tabla 3. Los periodistas alemanes participantes del viaje de prensa a España (1929)<sup>31</sup>**

Periodista	Puesto de trabajo	Medio de prensa
Sr. Schubert	Redactor jefe de la sección “España y América española”	Wolff’s Telegraphisches Buro (Agencia Wolff), Berlín
Sr. Hartmann	Director literario y crítico de arte	Berliner Lokal-Anzeiger (Editorial Scherl), Berlín
Sr. Dr. Erdmann	Redactor jefe de la sección “España y América”	Kolnische [SIC] Zeitung, Colonia
Sr. Dr. Spael	Director literario	Kolnische [SIC] Volkszeitung, Colonia
Sr. Uensinsky	Jefe del servicio de informaciones y redactor	Deutsche Allgemeine Zeitung, Berlín
Sr. Dr. Delpy	Director literario y crítico de arte	Leipziger Neueste Nachrichten, Leipzig
Sr. Dr. Wilhelm Ritter von Schram	Redactor	Munchner [SIC] Neueste Nachrichten, Múnich
Sr. Schottenhofer	Director literario y redactor	Frankfurter Zeitung, Franckfort [SIC] Main
Sr. Kluge	Redactor corresponsal en Madrid	Hamburger Fremdenblatt, Hamburgo
Sr. Jole	Redactor corresponsal en Madrid	Berliner Tageblatt (Editorial Mosse), Berlín

<sup>30</sup> Previamente, desde el consulado de España en Alemania, también se sugirió utilizar los servicios de prensa alemanes para promocionar España.

<sup>31</sup> Elaboración propia a partir de la *Memoria* del Patronato Nacional del Turismo (1930: 144-145). Transcripción literal.



La Agencia responsable de los servicios de información turísticos en Alemania era la Agencia de Múnich, que sirvió como centro de distribución de la propaganda española en todo el país. Las circunstancias especiales que concurrían en Múnich y su buena situación geográfica hicieron que el PNT situara su Agencia en esta ciudad bávara, concretamente, se alquiló un local en la Residenzstrasse, número 6, donde se instaló la Agencia (PNT 1930: 41). En 1929, se encontraba al frente de esta el Príncipe Adalberto de Baviera, quien estaba asistido por D. Francisco de Asís Caballero, cónsul general de España en Múnich (*id.*).

Todos estos datos quedan probados en el material documental depositado en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España). Asimismo, allí localizamos diferentes peticiones de material promocional al PNT que realizó la Agencia del PNT en Alemania (Agencia de Múnich)<sup>32</sup> y que incluimos en el Anexo I del epígrafe 13.1. Las peticiones están firmadas por D. Francisco de Asís Caballero, cónsul general de España en Múnich, y en ellas se solicitan desde folletos a mapas de comunicación por carretera. En las peticiones de octubre de 1930, D. Francisco de Asís Caballero solicita que el material promocional estuviera redactado en alemán, con el fin de que la propaganda fuera lo más eficaz posible, pues gran parte de este público rechazaba los folletos que no estaban editados en su idioma.

Además, D. Francisco de Asís Caballero<sup>33</sup> se puso en contacto con el PNT para informarle del efecto nocivo para la propaganda turística española que estaban teniendo ciertas noticias negativas sobre la situación política española (huelgas, motines estudiantiles y desordenes), que estaban circulando en la prensa alemana. El escrito está fechado el 17 de diciembre de 1930 y en él hace referencia a su labor en el país germano. Más específicamente, D. Francisco de Asís Caballero visitó a los directores de los principales periódicos de Múnich para informarles que se había restablecido el orden en España, y comunicó ese mismo mensaje a los directores de las principales agencias de viajes alemanas, a la colonia española, al consulado y a cuantos lo solicitaron. En su escrito apunta que fueron muchas las personas que visitaron la Agencia o llamaron por teléfono para informarse sobre la peligrosidad de viajar a España.

---

<sup>32</sup> Las peticiones de material promocional, así como otros escritos de la Agencia del PNT en Múnich al PNT en Madrid, se encuentran en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.550.

<sup>33</sup> Incluimos ejemplos de la correspondencia entre D. Francisco de Asís Caballero y el Patronato Nacional del Turismo en Madrid (España) en el Anexo I de esta tesis doctoral.

Por tanto, su labor fue restar importancia a las noticias publicadas por la prensa y aportar tranquilidad a los futuros turistas, con el fin de animar al viaje a España, de que la corriente turística alemana se mantuviera y de que siguiera reportando beneficios económicos.

Otro de los escritos<sup>34</sup> que remite D. Francisco de Asís Caballero al PNT en Madrid lleva adjunto el “Anexo 2”<sup>35</sup>, documento que contiene datos en referencia a las medidas de promoción turística de España en Alemania y que resumimos a continuación.

Este “Anexo 2”, que consta de doce páginas escritas a máquina, está dirigido al Excmo. Sr. Ministro de Fomento de España (Madrid). El documento fue redactado en Berlín por la *Mitteleuropäisches Reisebüro* (Agencia de Viajes de la Europa Central) y está fechado el 30 de septiembre de 1930. Esta agencia de viajes, con sede en Berlín, siempre había procurado estimular la corriente de turismo hacia España. Era, sin duda alguna, un agente turístico con mucho poder en toda Alemania.

En la primera página del documento que nos ocupa, se hace referencia a un tema tratado también en el documento *Orientaciones sobre la propaganda del turismo alemán hacia España* (30 de junio de 1928) mencionado más arriba. Esto es: la simpatía y gratitud del pueblo alemán con respecto a España y a todo lo español. En este caso, la Agencia de Viajes de la Europa Central ofrece también el motivo de este hecho: la neutralidad que mantuvo España en la Primera Guerra Mundial con respecto a Alemania, que recordemos fue la gran perdedora en esta guerra. Además, las buenas impresiones que traían de vuelta los turistas alemanes que visitaban España, favorecían la propaganda turista de España y cada vez fueron más los alemanes interesados en visitarnos.

En este documento, la Agencia de Viajes de la Europa Central sugiere al PNT proseguir con las medidas de propaganda ya establecidas y focalizar su fomento del turismo en dos cuestiones: dar a conocer España por medios gráficos y literarios (carteles, folletos, artículos en la prensa) y procurar que esta actividad se viera sostenida por las grandes agencias de viajes existentes en los mercados emisores de turistas, con las que era conveniente colaborar estrechamente (pág. 2). De hecho, en las líneas de la pág. 2, la Agencia de Viajes de la Europa Central deja claro que el éxito de la labor

---

<sup>34</sup> El escrito (2 de marzo de 1931) y el “Anexo 2” se encuentran en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.550.

<sup>35</sup> No confundir con el Anexo II de esta tesis doctoral.

propagandística del PNT en Alemania dependía, en cierto modo, de las colaboraciones con estas agencias de viajes, puesto que eran las que mantenían un contacto directo con los futuros turistas y podían influenciar positivamente sus decisiones. Más adelante, en la pág. 10, figura que la mayor parte de los turistas alemanes se dejan aconsejar por el personal de las agencias y que, incluso, llegan a modificar su itinerario siguiendo las indicaciones que reciben en ellas.

Una vez dicho esto, la Agencia de Viajes de la Europa Central indicaba el principal objetivo del anexo, que no era otro que obtener la venta en exclusiva de billetes de ferrocarril españoles en Alemania. Si el PNT accedía, esta agencia de viajes se convertiría en el organismo encargado de la distribución de los billetes en Alemania, lo que facilitaría el viaje de los turistas alemanes a España y abarataría los precios de los billetes, puesto que los turistas alemanes podrían adquirir directamente en su país los billetes de tren españoles, evitando dobles conversiones de los precios originales. Estas dos ventajas constituían, sin duda, un estímulo para el turismo. A cambio la Agencia de Viajes de la Europa Central recibiría una bonificación (entre 5 y 7% como mínimo).

En su escrito, que precede al “Anexo 2”, D. Francisco de Asís Caballero hace referencia a las ventajas que esta medida tendría para los turistas alemanes. Por otro lado, también sostiene que algunas afirmaciones del “Anexo 2” son exageradas y que el éxito del turismo alemán en España no solo dependería de esta medida en concreto. D. Francisco de Asís Caballero recoge algunos puntos que habría estudiar en detalle antes de conceder la venta en exclusiva de los billetes de ferrocarril a esta agencia.

En definitiva, los resultados obtenidos de todo el material documental analizado nos permiten caracterizar la promoción del turismo alemán hacia España, las medidas de promoción turística que el PNT estaba llevando a cabo en Alemania en esa época (publicaciones turísticas, viajes de prensa, ciclos de conferencias, contacto con agentes alemanes, etc.), la importancia de la colaboración entre los diferentes agentes que actuaban en el sistema turístico español-alemán (Administración turística, agencias de viajes, turistas, etc.) y el perfil del receptor de esa propaganda, que se convertiría en visitante de nuestro país. Como es lógico, para persuadir con eficacia al turista alemán, el PNT tuvo que recurrir a la traducción al alemán del material promocional turístico, puesto que al turista alemán le gustaba informarse en su propia lengua, tal y como hemos demostrado en este apartado.

#### **2.1.4 El Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana (1931-1936)**

Con la llegada de la Segunda República, el 14 de abril 1931, se reestructuró la actividad turística española y el Patronato Nacional del Turismo sufrió cambios significativos. En menos de un año, las autoridades republicanas lo liquidaron y restablecieron. El 23 de abril de 1931, se dictó el Decreto del Gobierno Provisional, que transformaba el PNT en una Dirección General dependiente directamente de la Presidencia del Gobierno. Tras este periodo transitorio, el Decreto de 4 diciembre de 1931 volvió a colocar en vigencia el PNT y suprimió la Dirección General de Turismo.

Durante esta segunda fase, el PNT no lo tuvo nada fácil y fomentar el turismo se convirtió en una tarea complicada. El contexto internacional estuvo marcado por la Gran Depresión de 1929 y cayó notablemente el flujo internacional de turistas (entre el 50 y 65 por ciento, según Pack 2013: 143). Esto redujo fuertemente los ingresos procedentes del Seguro Obligatorio de Viajeros, principal fuente de (auto)financiación del PNT. El contexto nacional se caracterizaba por un clima de creciente inestabilidad política y social. Concretamente, esta etapa estuvo lastrada por los continuos cambios en la Jefatura del Estado (se sucedieron nueve presidentes del gobierno en cinco años), lo que limitó enormemente la continuidad de las políticas de propaganda turística y la labor del PNT en materia turística.

El Gobierno republicano intervino rápidamente en materia turística y llevó a cabo inspecciones que denunciaron múltiples irregularidades, como un organigrama desmesurado y grandes cantidades de dinero destinadas a gastos superfluos. Así, ordenó un balance de la situación del personal del PNT. El 24 de abril de 1931, Claudio Rodríguez Porrero, al tomar posesión de su cargo como Director General del Turismo, se encontró con una plantilla de personal en las Oficinas Centrales y Regionales de España de 111 funcionarios y contaba con un presupuesto de 518.200 pesetas anuales.

Con el objetivo de poner fin a dichas irregularidades y al tono aristocrático y elitista del PNT monárquico, el Gobierno republicano estableció una reorganización de servicios. Mediante Decreto de 9 de mayo de 1931, se disponía la revisión de los nombramientos del personal del PNT, reduciéndolos según las necesidades. Al personal sobrante lo declaró de baja o cesante sin derecho a indemnización. Tras la reorganización de servicios, la plantilla del personal de las Oficinas Centrales y Regionales de España quedó en 67 funcionarios y con un presupuesto de 312.300 pesetas anuales.

En resumen, tras la reorganización decretada por la República<sup>36</sup>, se observa una disminución de personal en 44 funcionarios y una reducción del presupuesto de 205.900 pesetas anuales.

El funcionamiento del PNT reorganizado por Decreto de 4 de diciembre de 1931<sup>37</sup> establecía las siguientes Secciones:

1. Información, Agencias en el Extranjero, Reclamaciones, Almacén y Asuntos varios;
2. Propaganda General y Publicaciones;
3. Prensa y Redacción;
4. Contabilidad.

Además, a partir de diciembre de 1931, comienza una fase de austeridad presupuestaria, ya que el PNT pasa a depender económicamente de los Presupuestos del Estado<sup>38</sup>. Es entonces cuando se recortaron los fondos destinados a las partidas de Personal y Propaganda (Pellejero Martínez 2018: 362). Esto repercutió naturalmente en la labor de promoción del turismo dentro y fuera de España.

Otra de las medias dentro de esta corriente de austeridad y mayor control republicanos que, sin duda alguna, más impacto tuvo en la promoción turística de España en el extranjero fue el cierre de las Agencias del PNT en Londres, Roma, Múnich, Nueva York y Buenos Aires (Pellejero Martínez 2018: 355). Con ello se redujeron las opciones del PNT de informar directamente a los posibles futuros turistas internacionales.

Además, el PNT republicano tuvo que aminorar el ritmo de edición de material de promoción turística y aprovechó el esfuerzo realizado en la época del PNT monárquico. Los principales instrumentos de promoción turística empleados por el PNT fueron los viajes de estudiantes, profesores y periodistas extranjeros, la reedición de folletos, los concursos de textos literarios y los artículos periodísticos de propaganda turística publicados en prensa nacional e internacional. Además, se promocionó España a través de la radio y del cine mediante conferencias con proyecciones y documentales de propaganda (Correyero Ruiz y Cal 2008: 195).

En 1933, en Alemania llegaba al poder Adolf Hitler y el Partido Nacionalsocialista, favorecido por el período de inestabilidad económica, política y social que se vivió en la

---

<sup>36</sup> En esta tesis doctoral se refiere siempre a la Segunda República española (1931-1939).

<sup>37</sup> Se reguló mediante el Reglamento provisional de 12 de enero de 1932.

<sup>38</sup> Decreto de 4 de diciembre de 1931.

República de Weimar, que tuvo que hacer frente a golpes de Estado militares y derechistas, intentos revolucionarios por parte de la izquierda y fuertes crisis económicas. El régimen nazi estableció una serie de medidas legislativas para proteger su turismo interno y limitó “la capacidad de sus ciudadanos para viajar fuera sin acompañante, encareciendo las excursiones individuales y complicando los trámites de los visados y de cambio de moneda”, tal y como apunta Pellejero Martínez (2018: 346).

En definitiva, aunque los responsables del PNT trataron de cumplir con los objetivos establecidos, que siguieron siendo los mismos que en la época anterior<sup>39</sup>, la República ejerció un mayor control administrativo, simplificó el organigrama directivo del PNT, disminuyó fuertemente su autonomía y recortó sus fondos imponiendo fuertes restricciones presupuestarias.

Todos estos datos nos muestran que, en 1936, España comenzaba a ser un país emergente en el mercado turístico internacional, lo que no significa que fuera un país turístico, pero sí que estaba en vías de ser uno de los destinos turísticos mundiales de referencia. Desafortunadamente, en esos años se tuvo que hacer frente a una crisis internacional que afectó de lleno al incipiente sector turístico. A esta situación exterior se añadía la inestabilidad interna en aumento que desembocó en la Guerra Civil española en 1936.

---

<sup>39</sup> Real Decreto de 25 de abril de 1928.

## 2.2 Las instituciones turísticas durante la Guerra Civil española (1936-1939)

Como venimos desarrollando a lo largo de este capítulo, desde finales de los años veinte, se estaban conformando, con mayor y menor acierto, las bases del sistema turístico contemporáneo en España. Lamentablemente, esta evolución tan positiva se vio interrumpida con el estallido de la Guerra Civil española en 1936.

El país se dividió en dos, ruptura que repercutió también en las instituciones turísticas, que vivieron por su parte una división análoga. Mientras que en la España del bando republicano el Patronato Nacional del Turismo, adscrito al Ministerio de Propaganda, se mantuvo como tal, en la España del bando sublevado se creó el Servicio Nacional del Turismo, dependiente del Ministerio de Interior.

Desde ese momento, cada bando desarrollará sus propias actuaciones propagandísticas y utilizará sus servicios (también turísticos), a diferente escala, para defender sus respectivas causas.

Llegados a este punto y antes de continuar, nos gustaría precisar uno de los términos que empleamos en este capítulo y que tiene gran relevancia en esta tesis doctoral. Se trata del término *propaganda*, término que en la actualidad tiene cierta connotación negativa:

El uso de la palabra propaganda tiene en nuestros días un carácter peyorativo: calificar de propaganda un mensaje cualquiera puede equivaler a que este sea considerado negativo, falso o carente de honradez. En efecto, propaganda se asocia a control, a una pretensión de alterar o mantener un determinado equilibrio de poder a favor del emisor del mensaje, es decir, del propagandista. (Álvarez Llaneza 2019: 4-5)

El sustantivo *propaganda* proviene del verbo latino *propagare* que significa “perpetuar, acrecentar, extender”. El *Diccionario de la Real Academia Española* (2014) define *propaganda* como la “[a]cción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores”. Esta definición se refiere a un concepto generalizado del término *propaganda*, que es extensible a cualquier contexto. Este era el caso del contexto comunicativo-turístico de finales de los años veinte y principios de los treinta.

En nuestra opinión, el Patronato Nacional del Turismo emplea la palabra *propaganda* (turística) para referirse a la *promoción turística* que estaba llevando a cabo a nivel nacional e internacional. La propaganda también puede entenderse como un

proceso de información y de persuasión. En el epígrafe 2.1.2, hacemos referencia al carácter apolítico que debía tener el plan de propaganda del PNT.

El propio *Diccionario de la Real Academia Española* (2014) ofrece otra acepción del término *propaganda*: “[a]sociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.”. Además, de todas las definiciones del término *propaganda* existentes, nos gustaría destacar la de Violeta Edwards que, a nuestro juicio, es la más sencilla, precisa y neutra:

Propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir en opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas. (Edwards 1938: 40)

Esta definición pone el foco en el carácter adoctrinador y manipulador de la propaganda. Además, tal y como hemos desarrollado en el epígrafe 2.1.2, sabemos que una de las misiones del PNT era desmontar los prejuicios que existían sobre España en el extranjero (misión ideológica).

Por tanto, el PNT no tenía la intención de inculcar a los receptores de sus campañas determinadas creencias o ideas políticas, a favor o en contra de un grupo concreto, pero sí de influir en los receptores con el fin de que cambiaran su opinión sobre nuestro país y que consumieran nuestro producto turístico. Por tanto, se trataba de una propaganda estatal.

Con el estallido de la Guerra Civil española, la situación cambia y el contexto turístico-comunicativo es muy diferente al de la etapa anterior, puesto que se trata de un conflicto bélico y a la vez político entre dos posiciones contrapuestas en España. A partir de entonces, la propaganda turística sí que se caracteriza por ser una forma de adoctrinamiento y manipulación política a favor de un grupo y en contra del otro. En otras palabras, la propaganda (también turística) queda sometida a los intereses políticos de los dos bandos enfrentados en la guerra.

De hecho, la Guerra Civil española ha sido descrita también de como una “guerra de ideas”, en la que más necesario que *vencer*, era *convencer*. A través de la organización de estructuras y medios propagandísticos acordes con la época, se desarrolló, en paralelo al conflicto bélico, también una “guerra de informaciones” en la que la propaganda se convirtió en un arma bélica (complementaria) más.

Durante el conflicto bélico, el propósito de los mensajes propagandísticos era influir en los receptores a través de la manipulación de sus ideas, sentimientos y mentalidad, con el objetivo de legitimar la entidad emisora y deslegitimar al grupo



contrario. En consecuencia, lo verdaderamente importante de la propaganda son los efectos y la repercusión que tienen los mensajes en los receptores (cf. Pulpillo Leiva 2014: 115). En este periodo, de estos receptores (futuros turistas) ya no solo se espera que consuman el producto turístico, es decir, que visiten España, sino también que compartan los principios políticos de la entidad emisora. En este caso, la propaganda era política.

Brandis García y del Río Lafuente (2016: 5) señalan que, durante la contienda, ambos bandos utilizaron el turismo como una herramienta propagandística dirigida, sobre todo, al ámbito internacional, con el propósito de influir opiniones y dirigir acciones. A continuación, comentamos los datos más relevantes al respecto.

### **2.2.1 El bando republicano: Patronato Nacional del Turismo (1936-1939)**

Mediante Decreto de 4 de noviembre de 1936, el Gobierno republicano creó el Ministerio de Propaganda cuyo objetivo era

satisfacer las evidentes exigencias de la realidad, que imponían, e imponen, la unificación de la labor de información y propaganda que, por la carencia de órganos adecuados, habían comenzado a realizar sin un plan conjunto varios centros oficiales. (Decreto de 4 de noviembre de 1936)

Pocos días después, se establecía, por Decreto de 21 de noviembre, que el Patronato Nacional del Turismo debía adscribirse a dicho departamento puesto que esta institución era “un organismo de propaganda del Estado”.

El Decreto de 22 de enero del 1937 dispuso las funciones y los servicios encomendados al nuevo Ministerio de Propaganda:

Ilustrar a los españoles sobre la dramática realidad de la guerra y sus consecuencias políticas y sociales, dar respuesta adecuada a las falsedades que propalan los facciosos, informar a la opinión internacional del gigantesco esfuerzo que realiza el pueblo español representado por su Gobierno legítimo para defender su libertad, es la misión urgente e inmediata del Ministerio de Propaganda, que habrá de emplear igualmente su actividad en exaltar la obra de la República y de las fuerzas populares que le dan vida con su adhesión, crear un estado de opinión que facilite y encauce el progreso político y social del país y preparar a éste para la tarea inmensa de reedificar la nueva España. (Decreto de 22 de enero del 1937)

En 1937, el PNT pasa a categoría de Subsecretaría de Propaganda, dependiente del Ministerio de Estado, integrando los servicios del Ministerio de Propaganda (Correyero Ruiz 2004: 56).

La política turística del PNT durante la Guerra Civil española persiguió principalmente dos objetivos: resaltar la imagen de un país democrático, que había que defender y recuperar (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 5), y desmentir noticias falsas, como los destrozos patrimoniales que se adjudicaban al bando republicano (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 11), mostrando a los visitantes los principales museos, iglesias, monasterios, bibliotecas y archivos de la zona gubernamental.

Además, a pesar de las dificultades, el Patronato Nacional de Turismo intentó continuar desarrollando tareas similares a las que venía desempeñando, tal y como recogen Brandis García y del Río Lafuente:

Eran éstas [tareas] las de dar a conocer los valores culturales, patrimoniales y paisajísticos del país, así como la de modernizar las estructuras empresariales del turismo, inspirándose en esquemas utilizados por administraciones turísticas de otros países europeos. (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 5)

Para lograr estos objetivos, el Gobierno republicano invitó a destacadas personalidades extranjeras (escritores y artistas, periodistas y reporteros, fotógrafos y cineastas), en su mayoría afines a la causa republicana, a visitar nuestro país para conocer el desarrollo de la guerra<sup>40</sup>.

En cuanto a las infraestructuras turísticas, como era de esperar, las oficinas de información, los albergues, paradores y el resto de los edificios pertenecientes a la red de alojamientos sufrieron las consecuencias de la contienda y algunos de estos edificios perdieron su función turística y pasaron a ser utilizados como edificios militares u hospitales.

### **2.2.2 El bando sublevado: Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)**

En el bando sublevado la organización fue más tardía, pero más efectiva que en el bando republicano. En 1938, se creó el Servicio Nacional del Turismo<sup>41</sup> (en adelante SNT), dependiente del Ministerio de Interior. Como recogemos en este apartado, la labor de promoción turística y, en consecuencia, la labor editorial y traductora, del SNT fue muy corta, debido a la situación histórica que estaba viviendo España.

---

<sup>40</sup> Tanto el Gobierno de la España republicana, como el del bando sublevado hicieron invitaciones a personas significativas a venir a España y visitar lugares singulares del conflicto bélico (Brandis y del Río 2016: 5). Destacan entre ellos Hemingway, Joris Ivens, Lillian Hellman, Robert Flaherty y John Dos Passos (Correyero Ruiz 2004: 58), invitados por el Gobierno republicano.

<sup>41</sup> El Servicio Nacional del Turismo se creó por Ley de 30 de enero de 1938 publicada en el *Boletín Oficial del Estado*, 31 de enero de 1938.

Al frente de esta institución turística se nombró a Luis Antonio Bolín Bidwell (1894-1969)<sup>42</sup>, que llevó a cabo una importante y singular gestión turística en guerra, acorde con los dictámenes del aparato de propaganda franquista. Cuando Bolín tomó posesión del cargo, el panorama en la institución del turismo en la España sublevada era desolador, como es lógico, ya que el país se encontraba en medio de una guerra civil. Así, contaba con pocos funcionarios de turismo y los paradores, albergues y oficinas de información, que habían sido puestos en marcha anteriormente, aunque seguían prestando servicio, necesitaban atención y cuidado.

Las oficinas de la Dirección General del Servicio Nacional del Turismo se instalaron provisionalmente en Burgos, la capital de la zona sublevada durante toda la guerra.

La política turística desarrollada por el Servicio Nacional del Turismo se basó en la instrumentalización del turismo como elemento propagandístico para legitimar y justificar la sublevación militar del bando franquista como necesaria para la salvación del país. Esta legitimación exterior, por la mayor parte de países extranjeros y no solo la de sus aliados, Alemania e Italia, era necesaria, ya que estos países serían los mercados emisores que aportarían los turistas. Siguiendo a Moreno Garrido (2010: 104), los “[r]egímenes totalitarios como los fascistas fueron verdaderos maestros en su utilización como instrumento para adoctrinar a las masas”.

En el mismo año de su creación, el SNT diseñó y lanzó el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra*, que eran las primeras excursiones colectivas organizadas en España (Bolí 1967: 314). Este proyecto se basaba en viajes guiados a través de las zonas conquistadas a la España republicana, donde ya había acabado la guerra, y que estaban principalmente destinadas al público extranjero. Con el fin de informarnos sobre este proyecto turístico, hemos recurrido también a fuentes documentales localizadas en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España). Incluimos un compendio del material más relevante al respecto en el Anexo II del epígrafe 13.2 de esta tesis doctoral, que aconsejamos consultar, en caso de que fuera necesario.

---

<sup>42</sup> Luis Antonio Bolín Bidwell (1894-1969) fue un abogado y periodista con experiencia en el sector turístico, que había sido Delegado Regional del Patronato Nacional del Turismo para Andalucía, Canarias y el Marruecos español en el año 1928 (Moreno Garrido 2007) y que, en 1936, era corresponsal del diario ABC en Londres, donde planificó, junto con Juan de la Cierva, el traslado del general Franco en el Dragon Rapide desde Canarias hasta Marruecos el 18 de julio de 1936. Bolín escribió su obra *España, los años vitales* (1967), que es un testimonio sobre los primeros días de la Guerra Civil española.

Luis Antonio Bolín Bidwell fue el ideólogo de las rutas y rápidamente se puso manos a la obra para sacar adelante el proyecto. De hecho, en tan solo 120 días tuvo que poner en marcha el primer viaje (1 de julio de 1938), para el que no le resultó nada fácil conseguir los veinte autocares que eran necesarios. Cada autocar llevaba el nombre de una batalla, Teruel, Alfambra, Belchite, Oviedo, Santander, Alcázar de Toledo y así hasta veinte. Finalmente, las excursiones se iniciaron el 1 de julio de 1938 y los primeros pasajeros fueron tres religiosas francesas y un periodista inglés de izquierdas.

Tal y como recoge Concejal López (2014: 260), la idea inicial de este ambicioso plan era la preparación de cuatro rutas: la N.º 1, del Norte, la N.º 2, de Aragón, la N.º 3, del Centro (Madrid) y la N.º 4, de Andalucía. El Decreto de 25 de marzo de 1938 autorizaba al Ministerio de Interior para organizar, por medio del SNT, un circuito de viaje denominado *Ruta de Guerra del Norte* destinado principalmente a extranjeros. Esta fue la única ruta que finalmente pudo prepararse enteramente, dadas las circunstancias, la escasez de recursos, la limitación medios (Bolí 1967: 311) y la celeridad con la que había que poner en marcha el proyecto<sup>43</sup>.

Gracias a nuestras investigaciones en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), pudimos obtener los documentos generados por el SNT que sirvieron para poner en marcha las Rutas Nacionales de Guerra<sup>44</sup> y que forman parte del Anexo II del epígrafe 13.2 de esta tesis doctoral. Así, la Ruta de Guerra del Norte se diseñó con tres itinerarios, cuyos datos principales resumimos aquí:

#### **Itinerario “F”**

- Estaba dirigido a los turistas que entren por la frontera de Francia; con salidas periódicas desde Irún para llegar a Oviedo pasando por San Sebastián, Bilbao, Santander y Gijón. Los turistas que participaban en este itinerario eran citados el día de salida de la expedición a las 9 horas, en el Hotel Jauregui de Fuenterrabía.
- El precio de este itinerario era de 400 pesetas y las agencias de viaje tenían una comisión de 40 pesetas.

---

<sup>43</sup> Otro Decreto, el 29 de octubre de 1938, ampliaba la autorización que se había concedido a la “Ruta de Guerra del Norte”, en igualdad de condiciones, a otras Rutas Nacionales de Guerra.

<sup>44</sup> Los documentos generados por el SNT sobre las Rutas Nacionales de Guerra se encuentran en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.028.

- La duración del viaje era de nueve días, con un recorrido total de 1.101 kilómetros.
- El viaje comprendía, transporte, alojamiento en hoteles de primera clase, desayuno, comidas, propinas, transporte de equipaje y seguro de viajero.
- El viaje se efectuaba en autocares Pullman, de treinta y tres plazas, con un Guía-Intérprete<sup>45</sup>. La máxima capacidad era de 99 turistas, o sea, tres autocares cada día de salida.
- Los autocares emprendían el viaje independientemente del número de turistas reunidos.

#### **Itinerario “P”**

- Estaba dirigido a los turistas que entren por la frontera de Portugal; con salidas periódicas desde Tuy, en la frontera de Portugal, visitando Santiago de Compostela, Lugo y Oviedo, y finalizando en Santander.
- El precio de este itinerario era de 400 pesetas y las agencias de viaje tenían una comisión de 40 pesetas.
- La duración del viaje era de nueve días, con un recorrido total 1.550 kilómetros.
- El viaje comprendía, transporte, alojamiento en hoteles de primera clase, desayuno, comidas, propinas, transporte de equipaje y seguro de viajero.
- El viaje se efectuaba en autocares Pullman, de treinta y tres plazas, con un Guía-Intérprete.

#### **Itinerario especial**

- Partía de San Sebastián para llegar hasta Santiago de Compostela, las Rías de Pontevedra y Vigo, y La Coruña.
- Este viaje, por su carácter especial, se efectuaba en fechas previamente determinadas de acuerdo con las agencias de viajes.
- Estas expediciones salían con un número mínimo de quince viajeros.
- A los participantes en este itinerario especial, se les citaba el día de la salida, a las 8 horas, en las oficinas del SNT en San Sebastián.
- Para los españoles que deseaban participar en este circuito ampliado de la Ruta de Guerra del Norte, se establecieron cupones especiales al precio de

---

<sup>45</sup> El 20 de mayo de 1938, se publicaba en el *Boletín Oficial del Estado* la convocatoria de un concurso para la provisión de quince plazas de Guías-Intérpretes-Auxiliares, para acompañar e informar a los viajeros que visitaban las Rutas Nacionales de Guerra. El 16 de noviembre de 1938, se publicaba en el *Boletín Oficial del Estado* otra convocatoria de concurso para cubrir siete plazas de Guías-Intérpretes-Auxiliares.

590 pesetas, la comisión para las agencias de viaje era de 40 pesetas por cupón. El Banco de España de las ciudades de San Sebastián, Vigo, La Coruña, Valladolid, Palma de Mallorca, Sevilla, Málaga, Granada y Barcelona era el que autorizaba la expedición de los cupones.

- Los cupones dirigidos a turistas de nacionalidad española no se podían vender a súbditos extranjeros, al menos que estos acreditaran documentalmente llevar seis meses de residencia en territorio nacional.
- Los extranjeros que quisieran adquirir el cupón especial para visitar la Ruta de Guerra del Norte, pagadero en divisas extranjeras, debía dirigirse a las Oficinas del SNT en San Sebastián.

Otro de los documentos generados por el SNT que recopilamos<sup>46</sup> fueron unas instrucciones muy estrictas para los turistas extranjeros sobre:

- el equipaje: una maleta por persona y un maletín pequeño;
- el pasaporte: debía estar visado por el Consulado español en el país extranjero;
- las normas sobre las divisas: los turistas debían declarar el dinero a la entrada y a la salida del territorio español; la cantidad de divisas extranjeras a su salida no podía exceder a la cantidad que había sido declarada a la entrada; no podían sacarse pesetas, etc.;
- las fotografías: estaba prohibida la entrada y salida de máquinas fotográficas, pero podían comprar fotografías;
- los mapas: también se prohibía la entrada y salida de mapas en la España del bando sublevado, pero se les entregaba, si no lo tenían, un folleto con el mapa del recorrido;
- la vestimenta: se aconsejaba llevar chubasquero y traje de baño.

Además, todo turista de nacionalidad española o extranjera con seis meses de residencia en territorio nacional quedaba obligado de procurarse el salvoconducto que les permitiese efectuar el viaje.

Como podemos ver, el SNT gestionó las rutas de forma estricta, en lo que se refiere a la introducción de moneda extranjera y al material fotográfico y documental, estableciendo rígidas condiciones para los viajeros que visitaran la Ruta de Guerra del Norte.

---

<sup>46</sup> Anexo II de esta tesis doctoral.

España demostraba con ello que “la guerra y el turismo no son siempre incompatibles” (Bolín 1967: 312) y se convertía en pionera del bautizado como “turismo de guerra” o “turismo político” por su connotación ideológica y propagandística (Brandis García y del Río Lafuente 2004: 23).

Correyero Ruiz y Cal (2008) se hacen eco de lo que Francisco de Cossio recogió en su artículo “Un Decreto revelador de nuestra causa. La paz en la guerra”, publicado en el diario *El Norte de Castilla* el 9 de junio de 1938, dos días después de la rueda de prensa de presentación de los itinerarios ofrecida por Ramón Serrano Suñer<sup>47</sup>. En este artículo se resume lo que representaban las rutas:

Verán en primer término, un país en efervescencia reconstructiva, y en él todos los organismos e instituciones del Estado funcionando en su actividad asombrosa; verán minas, fábricas, puertos, comercio, ferrocarriles, en vértigo producción que triplica la normal española antes de la guerra [...]; verán orden, disciplina y entusiasmo en las ciudades, que aparecerán a sus ojos limpias, urbanizadas, con magníficos hoteles y centros de diversión y recreo [...] (De Cossio 1938, citado en Correyero Ruiz y Cal 2008: 249)

Las rutas fueron paquetes turísticos destinados, fundamentalmente, al público extranjero, “a los ciudadanos de los países civilizados”, tal y como señalaba Serrano Suñer, en la rueda de prensa mencionada arriba (Correyero Ruiz 2004: 60). Como el propio Bolín relata en su libro: “la España nacional tenía mucho que ganar siendo mejor conocida. Convenía que la vieran de cerca quienes de lejos no acertaban a comprenderla leyendo periódicos extranjeros” (Bolín 1967: 311).

Con el objetivo de que los turistas extranjeros experimentaran de primera mano lo que acontecía en los distintos frentes de guerra y vender este paquete turístico en el exterior, el SNT tuvo que tejer una red de contactos y relaciones con multitud de agencias de turismo de toda Europa. Así lo refleja Concejal López (2014: 262), quien apunta que, el 20 de abril de 1938, el Jefe del Servicio Nacional del Turismo remitió un escrito a Laureano de Armas Gourie (presidente del Cabildo de Gran Canaria de 1927 a 1929) encomendándole la tarea de establecer los contactos con las Agencias en el extranjero. Los principales países eran Francia, Inglaterra, Bélgica, Holanda, Alemania, Suiza, Italia y posiblemente Portugal, países que serían los mercados emisores que aportarían los turistas. Siguiendo a Concejal López:

---

<sup>47</sup> Ramón Serrano Suñer (1901-2003) fue un político y abogado español, conocido por ser el Ministro de Asuntos Exteriores durante el régimen franquista en España. Fue uno de los más cercanos colaboradores del General Franco y desempeñó un papel importante en la política exterior del régimen.

Destaca la importancia de la visita realizada a Alemania e Italia, países aliados del bando nacional, donde se hubo de acudir a las entidades estatales que gestionaban las actividades turísticas comerciales, así como a todo tipo de organizaciones afines al Movimiento. (Concejal López 2014: 262)

Además de tejer una red de contactos en Europa, el SNT publicó material promocional de las rutas, que internacionalizó gracias a la traducción. El material promocional de las rutas fueron los folletos informativos y los carteles, preparados por el Servicio Nacional del Turismo para ser exhibidos en los escaparates de las agencias y entregados a los viajeros interesados. En el caso de la Ruta de Guerra del Norte se realizaron versiones en seis idiomas: español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués. En los correspondientes estudios de caso de esta tesis doctoral, analizamos en profundidad dos ejemplares en español y una traducción al alemán del folleto turístico sobre la Ruta de Guerra del Norte.

Tal y como apunta Concejal López (2014), el 7 de junio de 1938, el Ministerio del Interior justificaba la creación de la Ruta de Guerra del Norte como “inteligente propaganda de la Causa” y fuente de obtención de divisas extranjeras. La Ruta de Guerra del Norte nacía con un doble objetivo: ideológico y económico. El turismo se convertía no solo en un instrumento propagandístico fundamental para el bando sublevado, sino también en importante fuente de financiación. El control de la financiación de las rutas por el SNT fue total (Concejal López 2014: 264).

Todo ello formaba parte de una gran campaña de propaganda del Régimen hacia el exterior. Fernández Fúster (1991) hace hincapié en definir las rutas como una actuación política y propagandística, más que como un hecho turístico en sí. Con la creación del SNT se abre una nueva etapa de clara instrumentalización del turismo “tanto para legitimar un gobierno como para promover, entre la población autóctona y entre los extranjeros curiosos que nos visitasen, el deseo de conocer la historia reciente” (Correyero Ruiz y Cal 2008: 481-482). Tal y como apunta Concejal López (2014: 272), “ni en los años más duros, como lo fueron los de la Guerra Civil, se quiso prescindir de esta potente herramienta de propaganda política [el turismo]”.

De la aceptación y resultados de las Rutas Nacionales de Guerra en el exterior no se encuentran demasiados datos, pero, según Correyero Ruiz (2011: 10), “a finales de 1939 el balance de los ingresos generados por las rutas en los 18 meses de funcionamiento ascendía a 1.302.533 pesetas y sus beneficios se cifraban en 270.377 pesetas” y “[l]os autocares habían transportado a más de 8.000 pasajeros”.



“Estalló la Guerra Civil pero el turismo no desapareció, sólo se volvió gris, tormentoso, con olor a pólvora y salva de mortero”, como afirman Correjero Ruiz y Cal (2008: 208).

Tras el fin de la Guerra Civil en 1939, el Patronato Nacional del Turismo (republicano) desapareció y el Servicio Nacional del Turismo se transformó en la Dirección General de Turismo (DGT). Las Rutas Nacionales de Guerra se convirtieron en Rutas Nacionales de España (1940) y, poco a poco, fueron perdiendo su objetivo inicial, claramente político y propagandístico (Fernández Fúster 1991), para empezar a ser consideradas como una actividad eminentemente turística.

### **2.3 Síntesis: hitos en los inicios de la industria turística estatal moderna en España (1928-1939)**

La Comisaría Regia del Turismo y Cultura Artística (1911-1928) nace en 1911 con el fin de dar un nuevo impulso al sector turístico en España. La Comisaría Regia fue el embrión de la Administración turística española, pero que estaba lejos de ser un organismo público de gestión turística competente y eficaz.

En 1928, se crea el Patronato Nacional del Turismo con el objetivo de vencer el atraso turístico de España, hacer del turismo en España una fuente de ingresos segura, organizada y eficaz, y situar a “España entre las grandes naciones turísticas del mundo” (PNT 1930: 1). Todo esto constituyó una verdadera revolución turística para la época y las exposiciones Internacional de Barcelona e Iberoamericana de Sevilla de 1929 fueron la ocasión perfecta para mostrar al mundo el proceso de modernización turístico que se estaba llevando a cabo en nuestro país.

Así, la creación del PNT supone la aparición, por primera vez en España, de una Administración turística estatal y comienza una de las etapas más interesantes de cara al desarrollo del turismo en España. A partir de entonces, el sistema turístico español comenzó a mostrarse como un todo y a proyectarse internacionalmente como tal, en ese doble papel de fomento del turismo y de creación de una imagen política de país.

El PNT, dado que su existencia se prolongó desde la época final de la dictadura de Primo de Rivera hasta la Guerra Civil, pasa por diferentes reorganizaciones y fases que son el fiel reflejo de los difíciles e inestables años políticos que le tocó vivir y que dificultaron su gestión.

La primera fase, la monárquica (1928-1931), fue una etapa de esplendor. El PNT configuró una imagen propagandística de España y, gracias a su elevado presupuesto, pudo poner en marcha la mayor parte de los proyectos. Su financiación fue independiente y, por este motivo, el PNT gozaba de autonomía financiera, algo que fue criticado durante su etapa republicana. En la fase monárquica se sentaron las bases de la industria turística moderna de carácter estatal en España, tomando como ejemplo a otros países europeos (Italia, sobre todo). Además, se llevaron a cabo las primeras estadísticas turísticas que permitieron elaborar campañas turísticas dirigidas a un perfil turístico concreto.

En la fase monárquica del PNT fue especialmente importante la labor realizada desde las *Secciones de Información y Publicaciones*. Entre las medidas más significativas, que reflejan esta nueva visión del turismo del PNT, se encuentran la reglamentación del servicio de Guías, Intérpretes y Correos, la apertura de dieciocho Oficinas de Información del PNT en España y la gran labor editorial del PNT. Esta última constituyó una verdadera política editorial turística moderna y dio lugar a la creación de nuevos géneros turísticos profesionales.

Las posibilidades de promocionar nuestro país internacionalmente e informar a los turistas extranjeros aumentaron con la apertura de siete Agencias del PNT en las capitales de los países más poderosos del mundo. Con el fin de realizar campañas turísticas eficaces en estos países extranjeros, hubo que recurrir a la traducción del material promocional a diferentes idiomas. El Negociado de Interpretación de Lenguas de las Oficinas Centrales del PNT en Madrid era el Negociado encargado de las prácticas de traducción turística.

La Agencia del Patronato en el extranjero responsable de Alemania era la Agencia de Múnich, dirigida por el Príncipe Adalberto de Baviera, quien estaba asistido por D. Francisco de Asís Caballero, cónsul general de España en Múnich. Este último fue un agente importante en el país germano, que sirvió de enlace entre el PNT en España y los demás agentes del sistema turístico alemán. Fue, además, la persona encargada de mantener correspondencia de todo tipo (orientaciones sobre la propaganda de España en Alemania, peticiones de material promocional, escritos con recomendaciones, etc.) con el PNT de Madrid, como recogemos en el material documental del Anexo I del epígrafe 13.1 de esta tesis doctoral. Otra de las medidas de promoción turística a nivel internacional fueron los viajes de prensa que realizaron periodistas extranjeros a nuestro país, quienes, una vez regresaban a sus países de origen, escribían crónicas en los diarios más reconocidos sobre sus experiencias en España.

Durante su fase republicana (1931-1939), el PNT no vivió su mejor momento, consecuencia lógica de la situación que se estaba viviendo a nivel internacional y nacional. El Gobierno republicano intervino rápidamente y llevó a cabo inspecciones que denunciaron múltiples irregularidades (organigrama y gastos desmesurados). La República defendió el control administrativo del PNT y la austeridad presupuestaria. Así, el PNT no sólo vio mermado su personal, sino también sus recursos económicos. A esto se le añadía el cierre de la mayor parte de sus Agencias en el extranjero, lo que redujo

sus opciones de informar directamente a los posibles futuros turistas internacionales. El contexto internacional de crisis económica tampoco ayudó mucho.

A pesar de estas dificultades, el PNT republicano tuvo que buscar la forma de promocionar el turismo en España y en el extranjero empleando instrumentos de promoción turística menos costosos, pero que fueran casi tan eficaces como los de la etapa anterior. Estos fueron la reedición de publicaciones del PNT monárquico, la publicación de artículos en prensa nacional y extranjera o los viajes de periodistas extranjeros a nuestro país.

Incluso con sus luces y sombras, sin duda alguna, la visión del PNT desde sus inicios fue verdaderamente moderna, fue pionero en crear la primera estructura turística periférica en España e inició la promoción turística en el exterior, que era muy necesaria en aquel momento. De hecho, las bases que asentó el PNT perduran hasta la actualidad: hoteles, propaganda, formación oficial de profesionales del turismo, catálogo artístico y monumental, elaboración de estadísticas, un plan editorial de publicaciones turísticas, las Oficinas de Información turística en España o las Agencias del PNT en el extranjero, que siguen siendo operativas. Actualmente, las Agencias del PNT se denominan *Oficinas de Turismo españolas en el extranjero*.

El turismo moderno en España estaba ya “en marcha” al estallar la Guerra Civil española en 1936, pero, desafortunadamente, la guerra desmoronó el proyecto turístico que se había configurado en el primer tercio del siglo XX.

A partir de entonces, la promoción turística se somete a los intereses políticos de los dos bandos enfrentados en la contienda (el bando republicano y el bando sublevado) que utilizaron la infraestructura turística para realizar propaganda contra el enemigo. Rápidamente ambos bandos pasan a considerar el turismo (y también el arte y la cultura) como arma propagandística y como instrumento eficaz puesto al servicio de cada uno de los dos gobiernos.

Durante los tres años que duró la guerra, convivieron prácticas con fuerte orientación política y propagandística y, ambos bandos, promovieron una forma de turismo que más tenía que ver con los valores, intereses e ideología política de los que lo impulsaban, que con el ocio y recreo de los visitantes.

En el bando republicano, el Patronato Nacional del Turismo, adscrito al Ministerio de Propaganda, se mantuvo como tal hasta el fin de la Guerra Civil (1939). En el bando sublevado, se creó el Servicio Nacional del Turismo, dependiente del Ministerio de Interior.

El Servicio Nacional del Turismo (1938-1939) pone en funcionamiento, en los territorios que iba conquistando el bando sublevado, un “turismo de guerra” impregnado de propaganda ideológica de corte nacional-catolicista, que se reforzará al fin de la contienda y se ampliará a todo el país. El SNT, en su corta vida, centró todos sus esfuerzos en poner en marcha su principal proyecto turístico: *Las Rutas Nacionales de Guerra*, que eran itinerarios por las zonas conquistadas a la España republicana, y de los que disponemos de material documental, que incluimos en el Anexo II del epígrafe 13.2 de esta tesis doctoral. Este producto turístico, que el SNT difundió mediante la edición de material promocional y su traducción a diferentes idiomas, estaba destinado principalmente al público extranjero. Al objetivo puramente propagandístico de su causa, se le unía también uno económico.

Una vez finalizada la Guerra Civil en 1939, el Patronato Nacional del Turismo (republicano) desapareció y el Servicio Nacional del Turismo se transformó en la Dirección General de Turismo.

A pesar de todo, el sistema turístico moderno en España había llegado en 1928 para quedarse. De hecho, actualmente se considera que el turismo español no surgió en la década de 1950, sino que *resurgió*, puesto que sus bases empresariales e institucionales habían quedado cimentadas en buena parte antes de 1936 (Vallejo Pousada 2018: 156). En los años sesenta, España alcanzó la condición de potencia turística.



### **3 COMBINACIÓN DE ACERCAMIENTOS SOCIOLÓGICOS Y LINGÜÍSTICOS APLICADOS AL ANÁLISIS DISCURSIVO Y TRADUCTOLÓGICO DE PUBLICACIONES EDITADAS POR LAS INSTITUCIONES TURÍSTICAS ESPAÑOLAS VIGENTES ENTRE 1928 Y 1939**

En este capítulo revisamos los dos bloques teóricos que sustentan esta tesis doctoral.

En primer bloque (3.1) presentamos algunas aproximaciones al concepto de ideología y los principales enfoques que han estudiado la traducción desde la perspectiva ideológica desde sus orígenes hasta la actualidad.

Además, repasamos planteamientos teóricos que surgieron en los Estudios de Traducción con la llegada del *giro sociológico* y algunos acercamientos a la traducción que permiten estudiar los textos y sus traducciones desde una perspectiva contextual y la labor traducción como una práctica social en la que están implicados diferentes participantes.

En el segundo bloque (3.2) examinamos los dos acercamientos lingüísticos que complementan este estudio traductológico en el nivel textual: el concepto de género textual y la Teoría de la Valoración.

En los apartados 3.1.5, 3.2.1.4 y 3.2.2.7 revisamos críticamente los conceptos expuestos, seleccionamos los más relevantes para este estudio y proponemos su aplicación a los materiales de investigación.

### 3.1 Acercamientos sociológicos aplicados al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)

En este primer bloque teórico revisamos la relación entre ideología, discurso, traducción y sociología. A continuación, rescatamos los aspectos más relevantes de la evolución del concepto de *ideología* en relación con la traducción, no sin antes ofrecer diferentes aproximaciones al respecto.

#### 3.1.1 Aproximaciones al concepto de ideología

El *Diccionario de la Real Academia Española* (2014) define *ideología* como “[c]onjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político”<sup>48</sup>. Sin embargo, definir este término de forma unánime nunca ha sido una tarea sencilla<sup>49</sup> por la dificultad que existe a la hora de comprender y delimitar el concepto.

Eagleton (1991: 1-2) ofrece un listado con diferentes acepciones del término *ideología*, entre las que destacamos y resumimos en español las siguientes: (1) un conjunto de ideas característico de una clase social concreta, (2) ideas (a veces falsas) que ayudan a legitimar un poder político dominante, (3) comunicación distorsionada sistemáticamente, (4) formas de pensamiento motivadas por intereses sociales, (5) la conjunción de discurso y poder, y (6) el medio por el que los actores sociales de forma consciente dan sentido a su mundo. Como podemos observar, en estas definiciones destacan nociones relacionadas con *lo social*, la comunicación, el discurso, los intereses y el poder.

---

<sup>48</sup> Disponible en: <https://dle.rae.es/ideolog%C3%ADa> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>49</sup> Autores como Eagleton (1991) o Van Dijk (1997), entre otros, han realizado aportaciones al respecto.



Di Pasquale (2012: 98) señala que el término *ideología*, acuñado por el filósofo francés Destutt de Tracy (1754-1836), se empleó en sus inicios para designar en sentido despectivo a un grupo de personas:

Como opositores del imperio francés napoleónico, los miembros de este movimiento fueron tratados de «idéologues». La connotación negativa del término puede rastrearse desde la época napoleónica cuando por primera vez fue aplicado a este grupo de filósofos. (Di Pasquale 2012: 99)

Revisando las interpretaciones tradicionales que han surgido a la largo de la historia y tomando como referencia el mapeado de Di Pasquale (2012: 99-101), creemos que la propuesta de Van Dijk (1999: 13-28, citado en Di Pasquale 2012: 101) es la más completa, ya que considera que las ideologías pertenecen al campo del cognitivo y de lo social y nos permite comprender cómo las ideologías son expresadas o vividas por los actores y cómo funcionan en prácticas sociales cotidianas. Este acercamiento abre la posibilidad de relacionar el fenómeno de la ideología con nociones como sociedad, poder, grupos, legitimación, creencias, discursos y, desde nuestro punto de vista, con la práctica de la traducción. Consideramos que la concepción actual de ideología no debe tener una connotación negativa *per se*, como sí sugieren otros autores<sup>50</sup>.

Además, el concepto de *ideología* está vinculado con el de *discurso* y la ideología puede contemplarse como un campo discursivo en el que poderes sociales que se promueven a sí mismos entran en conflicto. Se deduce que los discursos

son modos de acción e interacción social, ya que, ubicados en contextos sociales, los participantes no son tan solo hablantes/escribientes y oyentes/lectores, sino también actores políticos que actúan como miembros de grupos y culturas. (Di Pasquale 2012: 102)

Y que estos *participantes* comparten socialmente las mismas reglas y normas discursivas (Verón 2004:121-123). Por esta razón, como afirma Di Pasquale (2012: 102),

los discursos son espacios sociales que reflejan las representaciones de dichos actores y, por tanto, siempre tienen una intencionalidad, ya sea la legitimación de cierto orden político o la resistencia a un nuevo modelo social, o ambas. (Di Pasquale 2012: 102)

---

<sup>50</sup> Marx y Engels (1985:16, 26-27, 274, 409-411, 544-545, citado en Di Pasquale 2012: 99).

Las ideologías dominantes emplean frecuentemente estrategias como la “unification, spurious identification, naturalization, deception, self-deception, universalization and rationalization” (Eagleton 1991: 222) para promocionar sus valores y así legitimarse. A modo de ejemplo, presentamos aquí las estrategias de la *naturalization* (naturalización) y *universalization* (universalización), que representan las estrategias que los grupos dominantes emplean al expresar sus creencias como algo evidente y aparentemente inevitable, o la estrategia de la *deception* (engaño, mentira), que persigue deformar las ideas o creencias que puedan desafiar las del grupo dominante.

Di Pasquale (2012: 108) retoma la idea de la *invisibilidad* de la ideología de Bourdieu y recomienda a los investigadores en este ámbito tener presente que la ideología se propaga de forma silenciosa y sutil. A nuestro juicio, esta es la característica que hace más difícil el estudio de la ideología.

Las traducciones son también productos textuales sobre los que influye la ideología a lo largo de todo el proceso de traducción. Afortunadamente, y a diferencia de lo que ha sucedido en el pasado, en la actualidad, el estudio de la traducción como una actividad de carácter ideológico es algo frecuente.

Vences Fernández (2001) entiende que traducir

supone, lógicamente, *saber* (esto es, a nivel lingüístico, conocer tanto la lengua de partida como la de llegada; pero, además del *texto*, hay que conocer el *contexto*, es decir, cuanto atañe a la economía, a la sociedad, a la política, a la cultura, expresadas en ambas lenguas); y, además de entender, hay, evidentemente, que *interpretar*. (Vences Fernández 2001: 265)

Según Vences Fernández (2001: 265), el concepto de ideología no se refiere a un conjunto de ideas o creencias que expresan las ideas de un grupo social en particular, sino que es mucho más amplio y hace referencia a una *concepción del mundo* o *cosmovisión*, en alemán una *Weltanschauung*. Por esta razón, para entender correctamente un texto, los profesionales de la traducción deberán conocer, primeramente, el contexto en el que se generó y, en segundo lugar, la *Weltanschauung* propia del momento en el que el producto textual se enmarca.

Vences Fernández aporta ejemplos concretos de cómo la ideología y la traducción están estrechamente ligadas y sostiene que

tras cualquier traducción, hay una ideología, entendida esta, no ya como una teoría bajo la que se enmascara algún sistema económico-social, sino, sencillamente, como una concepción del mundo, una *Weltanschauung*, con sus repercusiones en la praxis, y que podríamos descifrar a través de preguntas tales como: ¿quién traduce?; ¿qué se traduce?; ¿por qué se traduce?; ¿para quién se traduce? (Vences Fernández 2001: 265)

En definitiva, los investigadores que estudian la traducción desde la perspectiva ideológica deben comprender que las ideologías son modos de saber y de hablar del mundo y han de entenderse como prácticas sociales discursivas y *cosmovisiones* que enmascaran relaciones de poder entre diferentes grupos sociales.

### 3.1.2 El estudio de la traducción desde la perspectiva ideológica

Los orígenes de la relación entre ideología y traducción podrían establecerse en los enfoques funcionalistas y discursivos. Estos enfoques, aunque logran avanzar al abordar el concepto de ideología y situar el texto dentro de su contexto cultural, todavía muestran cierta reticencia para explorar el impacto de la ideología como una fuerza que da forma a la traducción.

En la década de los setenta del siglo XX, el enfoque sistémico no sólo sitúa el texto traducido en su contexto cultural, sino también sociohistórico. Este enfoque se desarrolla por la Teoría del Polisistema, propuesta por Even-Zohar (1978, 2005), que ahonda más en la relación entre traducción e ideología al reconocer la influencia y condicionamiento de ciertos factores externos al texto, como el poder.

Dentro del enfoque sistémico, encontramos la propuesta de Toury (1980, 1995/2012), quien introduce el concepto de *norma* como un conjunto de ideas o valores que la comunidad tiene sobre lo que es adecuado y lo que no lo es. Para Toury, la traducción es una práctica regida por normas que influyen en su producción y recepción. Además, este autor clasifica las normas según la orientación que adopte el traductor en su toma de decisiones: si las normas se orientan hacia la cultura origen, se trata de *adecuación*, mientras que, si lo hacen hacia la cultura meta, se trata de *aceptabilidad*. De este modo, Toury consigue aproximarse a la influencia la ideología en los procedimientos de traducción adoptados por el traductor y situar cada traducción en un momento histórico específico. Esta metodología insta al investigador a tener en cuenta las implicaciones ideológicas asociadas al contexto histórico en el que se produjeron las

traducciones, lo que representa un avance respecto a los enfoques anteriores. No obstante, esta propuesta deja de lado el estudio del proceso de traducción (y los factores que influyen en dicho proceso) y se enfoca únicamente en el análisis textual del producto.

Uno de los autores que reformuló la propuesta de Toury es Chesterman (1997, 2000, 2004). Chesterman busca equilibrar la importancia otorgada al producto y al proceso de la traducción. En este sentido, plantea que las normas de la traducción pueden estar influidas por factores ideológicos y económicos, así como por la relación entre cultura y poder. Asimismo, Chesterman (1997: 64) distingue entre *professional norms* y *expectancy norms*. Las primeras surgen del comportamiento competente profesional y rigen los métodos y estrategias aceptados durante el proceso de traducción, mientras que las segundas emergen de la respuesta obtenida a través de los receptores del texto meta. El autor plantea si estas normas son negativas y restrictivas, y si son impuestas por una autoridad o por el propio traductor. Desde la perspectiva del traductor, las normas profesionales están subordinadas a las normas de expectación. La propuesta de Chesterman nos permite aproximarnos más a la realidad y considerar aspectos ideológicos que Toury no abordaba.

Chesterman (2000: 21) sugiere un modelo causal de investigación en Estudios de Traducción basado en la premisa de que los cambios que se producen en las traducciones con respecto a los originales se explican por distintas condiciones causales, ya sean de tipo cognitivo, situacional o sociocultural. El autor destaca la relevancia de los factores internos del traductor:

All statements about laws and universals, if they are given causal force, must thus accept that all causal influences are filtered through the translator's own mind, through subjective decisions taken at a given moment. (Chesterman 2000: 26)

Asimismo, Chesterman (1997: 47) sugiere una doble aproximación al análisis textual de traducciones que permita entender los textos en su entorno y propone buscar explicaciones a nivel micro y macrotextual en el estudio de traducciones. Las primeras se enfocan en responder al "por qué" y se refieren a las razones que están en la mente de los traductores, es decir, a las razones intrínsecas al traductor. Las segundas se centran en buscar las causas en el entorno que rodea a la mente del traductor.

De esta manera, Chesterman propone un enfoque más completo y detallado del análisis textual de traducciones:

Micro-level explanations offer answers to why-questions by appealing to reasons which are assumed to be “present” in mind of translators [...] Macro-level explanations, on the other hand, seek causes in the world outside the translator’s head, in the client’s demands, in social norms and ideologies, in the power-play between cultures, in political aims and systems, in historical movements.... Both kinds of explanation impinge upon the other, of course, and both are obviously valuable. (Chesterman 1997: 47)

Nos detendremos en el modelo de análisis textual de traducciones de Chesterman en el capítulo dedicado a la metodología de esta tesis doctoral.

Dentro de este paradigma descriptivo también se encuentra el *cultural turn*<sup>51</sup> (giro cultural) desarrollado por autores como Hermans (1985, 1999, 2002), Lambert (1985, 1995), Lefevere (1982, 1985, 1992), Bassnett (1980, 1985) o Tymoczko (1985, 1990, 2002, 2006, 2010). Este grupo estudia la relación entre traducción e ideología al situar el texto meta dentro del contexto sociohistórico y cultural meta, pero también introduce cuestiones como las de *manipulación*, *reescritura* o *poder*, que influyen en la producción y recepción de traducciones. Estos investigadores parten de la idea de que “all translation implies a degree of manipulation of the source text for a certain purpose” (Hermans 1985: 11). Por este motivo, se le ha bautizado también como Escuela de la Manipulación.

La Escuela de la Manipulación<sup>52</sup> comparte una serie de presupuestos básicos con la Teoría de Polisistema y su concepto de norma, pero aborda la traducción no en relación con la ideología, sino a partir de ella, es decir, considerándola una actividad ideológica en sí misma. Además, la Escuela de la Manipulación considera que los traductores disponen de un enorme poder de manipulación, pero que no actúan con total libertad, puesto que ellos mismos también son manipulados por otros agentes (Chesterman 1997: 39). En otras palabras, el traductor puede manipular la traducción del texto origen condicionado a su vez por factores externos, como las relaciones de poder. Esta nueva orientación persigue esclarecer qué papel desempeñan los grupos de poder, las instituciones y los mecanismos de control a la hora de configurar la literatura de una sociedad.

---

<sup>51</sup> Término acuñado por Snell-Hornby (1995, 2006).

<sup>52</sup> Véase *The Manipulation of Literature* (1985) de Hermans, obra que recoge los principales trabajos al respecto.

Como veremos también en el capítulo 4 de esta tesis doctoral, una de las aportaciones más interesantes para nuestra investigación es la de Tymoczko (1985, 1990, 2002, 2006, 2010). En su obra publicada en 2006, esta autora destaca que la traducción cultural es el principal espacio para la manipulación de los textos, y que los intereses culturales y económicos están siempre presentes en toda traducción, tanto de la cultura emisora como de la cultura receptora. Tymoczko argumenta que cualquier intercambio cultural conlleva un coste y que siempre hay consideraciones económicas e ideológicas que influyen en las decisiones sobre qué textos son dignos de ser traducidos y cómo se deben financiar esas traducciones. De hecho, sostiene que la traducción no surge en un espacio neutral y que todos los participantes involucrados en el proceso tienen sus propias posiciones éticas, políticas e ideológicas. Sin lugar a duda, uno de los aspectos más interesantes en los Estudios de Traducción, desde los inicios del *giro cultural*, es la llamada a los traductores para que se visibilicen y se comprometan. Tymoczko (2000: 24) concibe la traducción como un medio de compromiso político y defiende que todas las traducciones tienen una postura determinada, lo cual se refleja en la siguiente cita:

Translations are inevitably partial; meaning in a text is overdetermined, and the information in and meaning of a source text is therefore always more extensive than a translation can convey. Conversely, the receptor language and culture entail obligatory features that limit the possibilities of the translation, as well as extending the meanings of the translation in directions other than those inherent in the source text (cf. Tymoczko 1999: ch. 1 and sources cited). As a result, translators must make choices, selecting aspects or parts of a text to transpose and emphasize. Such choices in turn serve to create representations of their source texts, representations that are also partial. This partiality is not merely a defect, a lack, or an absence in a translation – it is also an aspect that makes the act of translation partisan: engaged and committed, either implicitly or explicitly. (Tymoczko 2000: 24)

Haciendo esto, Tymoczko establece los fundamentos de la traducción comprometida (*engaged translation*). Esta autora no solo define la traducción comprometida como "speech act" (Tymoczko 2000: 26) y como "an activist enterprise with tangible geopolitical results" (Tymoczko 2000: 30), sino que también examina el discurso teórico que se ha producido dentro de los Estudios de Traducción acerca del compromiso traductor.

Los compromisos del traductor son consecuencia de las elecciones que toma y son demostrables en lo que Tymoczko denomina *paratextual materials* (materiales paratextuales), que son los documentos que surgen durante y alrededor de la gestación del texto traducido:

Such representations and commitments are apparent from analyses of translators' choices word-by-word, page-by-page, and text-by-text, and they are also often demonstrable in the paratextual materials that surround translations, including introductions, footnotes, reviews, literary criticism and so forth. (Tymoczko 2000: 24)

Con sus aportaciones, Tymoczko (2002: 183) centra la atención en la ideología individual del traductor.

### 3.1.3 El giro sociológico en los Estudios de Traducción

Como hemos desarrollado en el apartado anterior, en la segunda mitad del siglo XX, las ciencias sociales y humanas aparecen marcadas por el *giro cultural*, lo cual afectó también a la traductología, en la que surgieron nuevos planteamientos teóricos.

Sin embargo, aún quedaba mucho camino por recorrer en los que se refiere a la consideración de *lo social* en traducción, tal y como sostiene Fernández:

Pese a todo, la introducción de elementos “culturales” en el análisis no evitó que, en muchos casos, la investigación traductológica permaneciera *dentro* del texto, sin llegar a tratarlo en sus variables sociales: el campo de producción, el campo de recepción y los agentes implicados en el proceso. (Fernández 2011: 22)

La importancia del aspecto social de la actividad traductora comenzó a ser reconocido gradualmente, aunque no fue incorporado como tema de estudio de forma inmediata.

En 1993, Zlateva publicaba la obra *Translation as Social Action*, un compendio de artículos centrados en la traducción como acción social, y presentaba al traductor como un *agente* de pleno derecho. Dos años más tarde, Venuti publicaba su obra *The Translator's Invisibility*, considerada por algunos autores como el punto de partida de lo que Michaela Wolf (2006) describe como un *sociological turn* (giro social o giro sociológico) en los Estudios de Traducción.

Esta reorientación social de la investigación traductológica sentó un precedente. A comienzos del siglo XXI, los trabajos de Simeoni (1998), Heilbron (1999) y Gouanvic (1999) comenzaron a constituir una auténtica *sociología aplicada a la traducción* y, en

2005, se celebró en la Universidad de Graz un congreso<sup>53</sup> que sirvió para cimentar definitivamente la aproximación sociológica a la traducción. También en ese año, Inghilleri editó un número especial de la revista *The Translator* que estudiaba las posibles aplicaciones del modelo sociológico de Bourdieu a la traducción (Inghilleri 2005), al igual que haría Sela-Sheffy en un artículo publicado en *Target* (Sela-Sheffy 2005). Otras contribuciones relevantes fueron el número dedicado por la revista *MonTI* a la *Sociología aplicada a la traducción* (2010) y, más tarde, el monográfico de Tyulenev (2014).

A partir de ese momento, se comenzó a otorgar mayor importancia al papel del traductor y a destacar su visibilización a través de sus decisiones e intervenciones durante el proceso de traducción. De hecho, Chesterman (2009: 13) propone el término *TranslatOR Studies* para referirse a una nueva subdisciplina de los Estudios de Traducción que se centra en la figura del traductor, sus intervenciones y elecciones en el proceso de traducción.

No obstante, enfocar la investigación únicamente en el traductor como el único responsable del proceso de traducción resulta insuficiente. Además, implica no tener en cuenta la presencia de otros participantes que intervienen en el proceso con funciones concretas: desde los agentes literarios, los ojeadores literarios, los agentes de ventas, los editores, los correctores, hasta los diseñadores gráficos (Jansen y Wegener 2013: 6). En este sentido, cada vez son más las contribuciones que estudian la implicación de otros participantes en todo el proceso de traducción, que, a menudo, ejercen su influencia de forma oculta, ya que por convención son más *invisibles* que el propio traductor (Jansen y Wegener 2013: 3-4).

Siguiendo a Jansen y Wegener (2013), los participantes que intervienen en el proceso de producción de una traducción lo hacen en sus diferentes fases: desde la selección del texto original hasta la comercialización de la traducción en el mercado meta. De ahí la importancia de descomponer el proceso translativo en sus múltiples fases y delimitar, siempre que se pueda, la intervención de cada uno de los participantes implicados en la configuración del producto final (la traducción), tal y como propone Andújar Moreno (2019: 37). Esta vía de análisis basada en la descomposición del

---

<sup>53</sup> Sus actas fueron editadas por Michaela Wolf y Alexandra Fukari en 2007.



proceso de traducción ya fue sugerida por Toury (1995: 184). Así, se probaría que el traductor no es el único que *interviene* en el texto traducido (Meier 2007; Munday 2007).

En cuanto a los tipos de investigación que pueden llevarse a cabo si nuestro objetivo es estudiar la traducción como una práctica social, existen diferentes propuestas que desarrollamos a continuación.

Chesterman (2009: 16) establece una clasificación basada en tres ejes: la traducción como producto, el proceso de traducción en sí y los traductores.

Fernández (2011), tras un análisis de las principales propuestas para delimitar la disciplina<sup>54</sup>, adopta una clasificación muy similar a la de Chesterman. Así, las investigaciones en sociología aplicada a la traducción pueden centrarse en:

1. el *producto*: las traducciones en el contexto de un mercado *internacional* y de unos campos de producción y recepción *nacionales*, configurados a partir de una historia propia y según unas relaciones sociales concretas;
2. el *proceso* en sus distintas fases, es decir, la producción, distribución y recepción de traducciones, que implicaría aspectos tan diversos como los procedimientos de calidad y revisión, los criterios de selección de los textos de partida, los modos de valoración y empleo del producto, los diferentes discursos relacionados, etc.;
3. los *agentes* implicados en el proceso: no sólo productores (traductores e intérpretes), sino también instituciones, clientes, editores, analistas y usuarios insertos en la red de relaciones laborales, sociales y culturales del campo estudiado. (Fernández 2011: 24)

Por su parte, Jansen y Wegener (2013: 14) dividen los estudios orientados al agente en dos grupos: los de tipo socio-historiográfico y los de tipo empírico. Los primeros combinan el análisis textual (del TO y TM) y la exploración de material de archivo y paratextual (borradores, correspondencia, notas a pie de página, prólogos, etc.) y, los segundos, estudian las prácticas de traducción actuales empleando estadísticas y encuestas.

En la actualidad, han surgido una infinidad de trabajos que forman parte de este *giro sociológico* en los Estudios de Traducción. Revisamos algunos conceptos básicos sobre los estudios orientados al agente en el siguiente apartado.

---

<sup>54</sup> Fernández (2011) se basa en Díaz Fouces (2001), Heilbron y Sapiro (2002, 2007), Cruces Colado, Parada y Díaz Fouces (2003), Bachleitner y Wolf (2004), Chesterman (2006, 2009), Wolf (2006, 2007) y Díaz Fouces y Monzó (2010).

### 3.1.4 Los estudios de agentividad en traducción

#### 3.1.4.1 Algunos conceptos generales sobre agentividad en traducción

El concepto de *agentividad*<sup>55</sup> surge a raíz del *giro sociológico* en los Estudios de Traducción que nace del interés por conocer más sobre los diferentes procesos en los que se ve envuelta la actividad traductora y que se centra en la importancia de las personas que están detrás de los textos (Paloposki 2010: 88). Así, cada vez son más los investigadores que tienen como objeto de estudio al propio traductor, “the sociology of translators” de Chesterman (2009), o a los otros agentes implicados en el proceso de traducción, “the sociology of agents” de Wolf (2006).

Antes de continuar, nos gustaría dar respuesta a algunos interrogantes que consideramos básicos para comprender correctamente este concepto.

#### **¿Qué es la agentividad en traducción?**

Buzelin (2011: 7) sostiene que la agentividad es “the ability to exert power in an intentional way”. Kaptelinin y Nardi (2006: 33) afirman que la agentividad es “the ability and need to act”. Para esta investigación hemos optado por la definición de *agentividad* de Kinnunen y Koskinen (2010b: 6): “willingness and ability to act”, ya que nos permite aunar tres conceptos clave que explicamos a continuación. En primer lugar, el concepto de *willingness* (inclinación) describe un estado interno o emocional particular y está relacionado con el de conciencia o conocimiento. En segundo lugar, el concepto de *ability* (habilidad) relaciona la agentividad con el poder o la ausencia de este. La habilidad también implica *elección*, ya que los agentes eligen actuar de un modo y no de otro. Finalmente, el concepto de *acting* (acción o actuar). Según su origen etimológico, la palabra *agentividad* viene del verbo latino *agere* (hacer), por lo que la agentividad es “a product of actions” (Kinnunen y Koskinen 2010b: 7). El concepto de acción está vinculado con la naturaleza temporal de la agentividad, que siempre está situada en un espacio y tiempo.

---

<sup>55</sup> Abdallah (2010) señala que la Teoría de la Agentividad proviene del campo de la economía y ha sido aplicada a otras disciplinas como la administración pública, la psicología o la sociología, entre otras. De hecho, esta teoría se denomina también *principal-agent theory* porque se fundamenta en las relaciones existentes entre los directores y los demás agentes, tal y como desarrollamos más adelante.

Khalifa (2014) relaciona la agentividad en traducción con la relación entre poder e ideología y apunta que

translational agency can be thought of as being practiced in specific socio-historical conditions, as part of the interplay of power strategies and influence attributed to the agents involved, and hence it is always a site of multiple determinations and actions. To address the idea of agency in translation is thus to highlight the interplay of power and ideology: what gets translated or not and why is always (at least partly) a matter of exercising power or reflecting authority. (Khalifa 2014: 14)

### **¿Quiénes son los agentes en traducción?**

Si tomamos como referencia la definición de Sager (1994: 321) que aportan Milton y Bandia (2009: 1), los agentes en traducción son personas que se localizan entre el traductor y el usuario final de la traducción. Estos autores recogen también que, para Sager (1994: 140), el agente está “at the beginning and the end of the speech act of translation” (Milton y Bandia 2009: 1). Asimismo, escogen esta definición como base de su teoría e incluyen también al propio traductor como agente (*id.*).

Los agentes son “social actors who are heavily involved in the dynamics of translation production and the power interplay arising at every stage throughout the translation process” (Khalifa 2014: 12). Algunos autores van más allá y consideran agentes también a entidades no humanas. Es decir, los agentes en traducción pueden ser humanos o no humanos, pero, según Buzelin (2005), siempre ejercen su poder de forma intencionada. En definitiva, los agentes son aquellas entidades relativamente autónomas que son capaces de provocar una innovación o cambio cultural (Milton y Bandia 2009: 1).

Con el fin de comprender mejor la importancia de la agentividad en el proceso de traducción, Alvstad y otros (2017) comparan el proceso de gestación de una traducción con el de una obra teatral o una película:

If the translator may be depicted as a performing artist, all the other agents involved may be seen as the production team around a stage or set — directors, scenographers, technicians, hairdressers, stagehands, roadies — or as spectators. (Alvstad y otros 2017: 3)

Bassnett (2017) utiliza una metáfora muy parecida a la anterior y define la traducción como un proceso multivocal en el que intervienen múltiples agentes para crear el producto final:

The production of translations can be compared to what happens in the making of a theatrical performance, when different elements combine, elements that may include writers, actors, directors, stage designers, musicians, lighting technicians, stage hands, and host of other important roles. Translation, like theater, is a multi-vocal process, where multiple agencies combine to contrive the final product that goes out to readers and audiences. (Bassnett 2017: 119)

Jansen y Wegener (2013: 6) sugieren que el número de agentes involucrados en el proceso de traducción dependerá del tamaño y la capacidad, por ejemplo, de la editorial y señalan la importancia del autor del TO como uno de los agentes implicados en el proceso de traducción:

Moreover, the original author can also have 'a finger in the pie' if he or she engages with the translator's work and, in the case of drama translation, directors and actors are often involved in the process as well. (Jansen and Wegener 2013: 6)

La multiplicidad de agentes también incluye a aquellos involucrados en la recepción de las traducciones. Para algunos autores (Alvstad y otros 2017: 8), los lectores son tan importantes como los autores y pueden influenciar la traducción final. De hecho, existen casos concretos donde las críticas de los lectores a la traducción de un texto llevaron a cambios y a la publicación de una nueva traducción.

Jansen y Wegener (2013) acuñan en inglés el término *multiple translatorship* (múltiple autoría traductora) para referirse a esta red de agentes situacionales que están involucrados en el proceso de traducción.

Este concepto es heredero del de *multiple authorship* de Stillinger (1991), que supera el concepto individualista de autoría y desmonta la concepción de que detrás de un texto hay solo un autor. Tal y como recogen Jansen y Wegener (2013: 4), Stillinger prueba con una serie de estudios de caso que en todo proceso de creación literaria existe colaboración y que esta puede suceder de diferentes formas.

Además, Jansen y Wegener (2013: 5) presentan tres perspectivas desde las que puede estudiarse la múltiple autoría traductora: la perspectiva orientada al proceso de traducción, la perspectiva orientada al producto de traducción y la perspectiva orientada a la autoría. A continuación, explicamos cada una de ellas.

Desde una perspectiva orientada al proceso de traducción, también llamada perspectiva horizontal, la múltiple autoría traductora acentúa como los diferentes agentes interactúan, negocian y luchan por su influencia en las diferentes fases del proceso Jansen y Wegener (2013: 5).

En segundo lugar, desde una perspectiva orientada al producto de traducción, conocida como perspectiva vertical, se estudia el texto traducido y su estructura arqueológica, así como los documentos que preceden al producto final (bocetos, manuscritos, pruebas de traducción, etc.) en los que los agentes han podido dejar sus *huellas o indicios* Jansen y Wegener (2013: 5)

Por último, desde una perspectiva orientada a la autoría en la múltiple autoría traductora, que puede ser investigada con un marco teórico desarrollado originariamente en el marco de los *attribution studies*. Love (2002: 46, citado en Jansen y Wegener 2013: 23) define autoría como una serie de funciones y procesos que tienen lugar durante la creación de una obra y señala que esas funciones o procesos se pueden desempeñar por un solo individuo o simultáneamente de forma colaborativa o sucesivamente por varios individuos (Jansen y Wegener 2013: 23). Esta perspectiva se relaciona con la noción de responsabilidad compartida de los traductores, esto es, con la cuestión de quién tiene la palabra y toma decisiones en cada fase del proceso de traducción.

Así, Love propone cuatro tipos de autoría diferentes, que recogen Jansen y Wegener (2013: 23-24), y resumimos aquí:

- *autor precursor*: la fuente o la influencia del texto;
- *autor ejecutivo*: autor individual o colectivo que crea el texto;
- *autor declarativo*: autor que figura en la portada del libro;
- *autor revisor*: autor que prepara el texto para su publicación perfeccionándolo y puliéndolo (revisores, correctores o, a veces, el *autor ejecutivo*).

Jansen y Wegener (2013: 24) toman prestado este marco teórico y lo adaptan a los Estudios de Traducción sugiriendo también cuatro tipos de autoría traductora. Toda traducción implica una *autoría precursora*, puesto que las traducciones siempre se derivan de textos preexistentes. Uno de los *autores precursores* de la traducción es el autor del TO. El *traductor declarativo* es el individuo, cuyo nombre aparece en la obra impresa, si bien no necesariamente tiene que coincidir con el que ha creado la traducción. El *traductor ejecutivo* es el que trabaja con las palabras y ordena la sustancia

lingüística a partir del texto origen (puede tratarse de un único individuo o de varios). El *traductor revisor* desempeña la función asumida normalmente por los editores.

Además, los revisores y los traductores no se restringen únicamente al papel de *traductor revisor* y *ejecutivo* respectivamente (Jansen y Wegener 2013: 25). De hecho, como afirman las autoras, a veces resulta complicado separar la *autoría traductora ejecutiva* y *revisora*. En ocasiones, el autor del TO influye en la fase de revisión y, haciendo esto, se podría decir que se convierte en un *traductor co-ejecutivo* (*ibid.*: 26). La relación entre *autoría traductora ejecutiva*, *declarativa* y *revisora* es compleja porque la *declarativa* implica responsabilidad: a veces los traductores son responsables de características de las traducciones que derivan de la fase de revisión y que ellos mismos no han producido.

Al aplicar esta clasificación de la autoría de Love (2002) a la traducción, surgen algunos interrogantes relacionados con el poder de decisión y los límites de las autorías traductoras. Jansen y Wegener (2013: 27) afirman que las respuestas a estas cuestiones solo pueden surgir del estudio de las lenguas implicadas, el contexto concreto en el que tiene lugar el proceso de traducción y el estatus de los agentes implicados en el proceso.

### **¿Cuáles son los límites de la agentividad en traducción?**

La agentividad es algo colectivo por naturaleza y, para que tenga sentido, hay que situarla en un contexto social. Los agentes y sus decisiones en el proceso de traducción están condicionados y limitados por las estructuras y convenciones sociales, tales como la pertenencia a una clase social, religión, género, etnia, y costumbres, entre otros factores influyentes. En otras palabras, la agentividad no es independiente de las condiciones sociales en las que se desenvuelve. Kinnunen y Koskinen (2010b: 8) sostienen que los conceptos de *agentividad* y *estructura* no deben estudiarse por separado, ya que, para entender a los agentes, debemos considerar las estructuras en las que se localizan, y viceversa.

Tal y como muestra Paloposki (2009), dentro de la Teoría de la Agentividad hay investigadores que se centran en el estudio de la individualidad del traductor (el papel de lo individual) y otros que se centran en el estudio de las normas y límites del trabajo del traductor (el papel de lo social). Actualmente, ambos marcos teóricos están reconciliados y la traducción puede ser estudiada desde los dos puntos de vista (Paloposki 2009: 190). El estudio de las rutinas traductoras, que han estado ocultas

durante mucho tiempo por la *invisibilidad* del traductor, nos sirve para entender el papel del traductor y esbozar las posibilidades y los límites de su agentividad (*ibid.*: 192). Además, Paloposki afirma que para que los traductores sean capaces de negociar su agentividad individual entre las normas y límites de la sociedad que les rodean, necesitan poseer cierta credibilidad y confianza, lo que a menudo se gana con una larga carrera y la recepción de buenas críticas. Por tanto, la agentividad individual de los traductores depende de su grado de credibilidad y confianza.

Además, la actuación de los agentes tiene consecuencias para el producto final (la traducción) o para ellos mismos, como presentamos a continuación.

Los agentes son los que deciden lo que es y no es apropiado en la cultura meta y reescriben el texto teniendo en cuenta el perfil de sus futuros lectores. Vandaele (2017: 180) define este fenómeno como *moral* o *moralizing rewriting* y ejemplifica con su análisis del fracaso de las traducciones de la obra *Manolito Gafotas* (1999) de Elvira Lindo a ciertos idiomas. Esta obra, con muchos toques de humor, un estilo muy coloquial y, en principio, dirigida a niños de más de doce años, fue un éxito en España, pero no lo fueron todas sus traducciones en otros países. En algunos idiomas (francés, farsi, japonés) la obra fue bien recibida, pero en otros no (inglés, alemán, holandés, noruego, danés, italiano). De hecho, Vandaele (2017) afirma que varios agentes implicados en el proceso de traducción silenciaron matices de la voz de Manolito por diferentes razones. El autor concluye que muchas traducciones intentan neutralizar ciertas voces, perdiendo con ello autenticidad y no resultando exitosas (Vandaele 2017: 178-179). Para Vandaele, el fracaso o el éxito de una traducción no depende de la calidad de esta, sino de la amenaza percibida por los agentes traductores sobre ciertos temas o ideas, y de cómo estos reaccionan ante esta (Vandaele 2017: 179).

De hecho, en ciertas situaciones, existen agentes que ven la traducción como un arma de emancipación y no dudan en manipular el texto origen, eliminando o añadiendo información que consideran relevante para sus lectores. Este es el caso de Francisco de Miranda, estudiado en Bastin (2009: 19-42).

En algunos casos, la intervención de los agentes en el texto en contra del sistema puede tener consecuencias graves y peligrosas para ellos mismos, especialmente si se trata de un sistema totalitario, tal y como prueban algunos estudios de caso de la obra *Agents of Translation* (2009) de John Milton y Paul Bandia. Por lo tanto, los agentes, antes de tomar decisiones en la manipulación del texto, deben considerar cuidadosamente las posibles consecuencias de sus actos.

Finalmente, Jansen y Wegener (2013) sugieren aplicar las teorías sociológicas al estudio de los agentes en traducción. En el siguiente apartado desarrollamos la teoría microsociológica<sup>56</sup> de la *Actor Network Theory* y algunos conceptos de la teoría macrosociológica de Bourdieu, así como sus aplicaciones recientes a la traducción.

#### **3.1.4.2 La *Actor Network Theory* (ANT) de Latour y la teoría social de Bourdieu aplicadas al estudio de la agentividad en traducción**

La *Actor Network Theory* (ANT, por sus siglas en inglés)<sup>57</sup> es una teoría microsociológica que se originó en el campo de los Estudios Sociales de la Ciencia en los años 1980 a partir de las propuestas de Bruno Latour, Michel Callon y John Law, principalmente, dentro del Centro de Sociología de la Innovación de Mines ParisTech.

El propio Latour (2005) aclara que, más que una teoría, se trata de un conjunto de técnicas y un método de análisis que se centran en el modo en que los *actores sociales* crean *redes sociales* y analizan cómo los actores interactúan entre ellos. Jones (2009: 304) afirma que esta teoría estudia “how a project is produced by different actors linked by a network of contacts”.

Aunque Pym (1998) ya había recurrido el concepto de *red* en su contribución sobre la historia de la traducción, fue Buzelin (2005) quien introdujo más explícitamente la ANT a los estudiosos de la traducción. Buzelin planteó los principales conceptos, afirmaciones y metodología de la teoría y estudió la posible relación entre la ANT de Latour, que por aquel entonces era una gran desconocida en la disciplina, y la teoría social del investigador francés Pierre Bourdieu, que era el enfoque de orientación sociológica más popular para el estudio de la traducción en aquel momento:

Whereas Bourdieu assumes that society can only be explained by analyzing practices and relating them to their authors' position in society as well as to their own trajectory, Latour claims that to understand a society one must, above all, analyze the way humans and non-humans interact, i.e., how the artefacts that circulate in this society (starting with scientific and technological ones) are produced. As such, Latour favours the study of science in the making, which can be done, primarily, through ethnographic analysis of research labs. While

---

<sup>56</sup> Las teorías microsociológicas son las que se concentran en los sistemas y redes como microestructuras formadas por actores humanos a través de interacciones sociales y, las macrosociológicas, las que se basan en sistemas como macroestructuras por encima de un nivel humano individual.

<sup>57</sup> Esta teoría también es conocida como *sociología de la traducción*, empleando el concepto de *traducción* en el sentido de *transformación*. Siguiendo a otros autores, para evitar confusiones, creemos más conveniente referirse, en traductología, a un *enfoque sociológico de la traducción* o una *sociología aplicada a los estudios de traducción*.



Bourdieu's framework relies on the concepts of *field* and *habitus*, Latour's builds on the concept of *network*, more specifically that of *actor-network*, a notion that he considers "plus souple que la notion de système, plus historique que celle de structure, plus empirique que celle de complexité" (more flexible than that of system, more historic than that of structure, more empirical than that of complexity; Latour 1997a:10). (Buzelin 2005: 194)

Buzelin (2005: 195) propone que la ANT y la teoría social de Bourdieu se complementen. En esta línea, Buzelin (2005: 220) sostiene que una investigación inspirada en la ANT revela con mayor precisión la existencia de *redes* de traducción, que no son claramente visibles a nivel de *campo* o de polisistema, mientras que el enfoque de Bourdieu dirige nuestra atención a los factores institucionales que siguen informando el proceso de traducción, en diversos grados según el contexto (Buzelin 2005: 195).

Bourdieu introdujo los conceptos de *field*, *habitus* y *capital*. El *field* (campo) es un sistema estructurado de relaciones sociales ocupado por las posiciones de individuos e instituciones, en el que son determinantes las relaciones poder para mantener la identidad y la diferencia; el *habitus* (hábito) es la forma en que la generación de prácticas determina nuestra subjetividad y socialización –o nuestra subjetividad socializada–, entendiendo por tal nuestra manera de percibir y afrontar la realidad del entorno; el *capital* (capital) lo componen los atributos adquiridos por el agente social de forma acumulada y que se incorporan a su identidad, pudiendo ser económicos, sociales, culturales y simbólicos.

Simeoni, en su obra *The Pivotal Status of the Translator's Habitus* (1998), fue uno de los primeros investigadores en aplicar la noción bordieusiana de *habitus* en los Estudios de Traducción orientados al estudio de los agentes. El *habitus* del traductor comprende una gran variedad de valores, normas, hábitos culturales, etc., que están encarnados en el proceso de socialización profesional pero que también se adquieren a través de experiencias personales fuera del ámbito profesional (Jansen y Wegener 2013: 12). Siguiendo a Vizcarra (2002: 55), la teoría social de Bourdieu "se fundamenta en la idea de que existen leyes generales de funcionamiento de la sociedad que se pueden analizar independientemente de las características particulares de los individuos". Otros investigadores destacan el carácter de *mosaico* del *habitus*, que explicaría por qué hay agentes que comparten la misma comunidad profesional, pero que utilizan diferentes estrategias, o por qué un mismo traductor adopta diferentes estrategias dependiendo del momento en el que se encuentre.

Otro de los primeros investigadores en integrar los conceptos de Bourdieu en los Estudios de Traducción fue Gouanvic (1999). Desde su punto de vista, el ejercicio de la traducción, como cualquier otra actividad humana, se basa en la coincidencia entre dos tipos de escenarios: el externo y el interno. El externo está configurado por la institución literaria (el *campo*), y el interno por las producciones textuales, los agentes y su *habitus*.

Para Bourdieu, la interacción entre los diferentes agentes es como una lucha de poder que se caracteriza por la competición, debido a que los agentes poseen diferentes grados de agentividad y de poder. Así, la agentividad de los participantes menos poderosos se ve comprometida por la de los más poderosos. Algo que, como veremos más adelante, la ANT no comparte, ya que defiende la cooperación entre los agentes de la red (Alvstad y otros 2017: 8).

Folaron y Buzelin (2007: 615) apuntan que un aspecto interesante de la ANT es que une dos conceptos que frecuentemente han sido considerados opuestos: el de *actor* (agentividad) y el de *red* (estructura). Bogic se refiere así al concepto de *actor-red*:

Together, actor and network form a unified concept that is conceived as a star-shaped web intertwined with other actor-networks, influenced by them, but not compelled by them – it always comes down to a choice. (Bogic 2010: 182)

El principio básico de la ANT es considerar que todo aquello que pueda inducir a una acción (de forma intencionada o no) posee agentividad. El término *actores* lo reserva para los humanos. En la ANT todos los participantes implicados en el proceso son importantes, sean humanos o no.

El segundo concepto de esta teoría es el de *red*, que, según Bogic (2010: 182), es el “movement or the traces of the actor; it is a tool for description”. Folaron y Buzelin (2007: 616) lo definen como “any kind of relation that may connect to entities while transforming the very nature of what passes between them”. Además, toda red se desarrolla y se amplía con la captación de nuevos actores. En este sentido, los actores más poderosos captan a los menos poderosos (Jones 2009: 304).

Según la ANT, toda producción de un proyecto ya sea de traducción o de otro tipo, se convierte en un proceso de negociación entre los actores (Jones 2009: 304). La ANT no sólo estudia quiénes son los participantes implicados en el proceso de traducción, sino también cómo interactúan entre ellos. Además, a diferencia del enfoque de Bourdieu, la ANT defiende la cooperación entre los agentes implicados, y no la competición entre ellos, característica que también señalan Jansen y Wegener (2013:

15), quienes afirman que esta teoría está diseñada para explorar y describir la red de relaciones que existe entre los diferentes participantes del *translation event* sin establecer ninguna diferenciación jerárquica a priori entre ellos.

Siguiendo a Jansen y Wegener (2013: 16), los traductores no son individuos aislados, sino que forman parte de un conjunto más amplio, de una red. De hecho, para Latour (2005: 68), el propio traductor podría considerarse un actor-red que está conectado con editores, críticos, autores del texto origen, textos origen, traducciones, cartas, lectores, etc. Igualmente, es posible rastrear todas sus asociaciones con otros elementos de la red, tal y como indica el propio Latour a continuación:

Put within the context of the case study, the translator would then be seen as an actor-network intertwined with editors, publishers, critics, source-text authors, source texts, translations, letters, reviewers, readers, etc. as other actor-networks, and all of their associations could be traced to reveal their “constantly shifting interactions”. (Latour 2005: 68)

Abdallah (2011: 176), basándose en Callon (1986), afirma que la traducción es un proceso de cambio continuo y que se divide en cuatro fases, que resumimos en español como sigue:

- 1) problematización: el actor central se establece a sí mismo como un punto de paso entre la red más grande y los actores que busca representar;
- 2) intereses y participación de los actores: fase en la que afloran los intereses de los actores y en la que se negocian los términos de su implicación en la red;
- 3) inclusión en la red: los actores aceptan los papeles que se les han definido;
- 4) movilización de aliados: última fase, en la que el actor central mantiene su posición, así como el compromiso de los actores que dice representar.

Latour (2005: 12) propone “follow the actors”, que en español equivaldría a “seguir a los actores”, a través de un análisis de las pruebas textuales que estos dejan: diarios, correspondencia, bocetos, notas, etc.<sup>58</sup>. Por tanto, esta teoría se basa en métodos de recogida y análisis de datos propios de las ciencias sociales y humanidades, como desarrollamos más adelante.

---

<sup>58</sup> Anteriormente esta cuestión ha sido tratada por Tymoczko (2000: 24): *paratextual materials* (materiales paratextuales), como hemos apuntado en el apartado 3.1.2. Desarrollamos este concepto en detalle en el apartado 3.1.4.3.

La ANT estudia las prácticas sociales y da prioridad a la complejidad y especificidad del proceso estudiado. Sus aplicaciones a la traducción pueden resultar de gran utilidad, ya que un estudio del proceso de traducción puede aportar información sobre los actores implicados y, viceversa, un estudio de los actores implicados puede aportar información sobre el proceso de traducción.

Otra de las ventajas de esta teoría es que las redes se pueden representar gráficamente, como ejemplifican Tahir-Gürçağlar (2007), Jones (2009) y Abdallah (2011), entre otros, lo que favorece la comprensión de estas. Además, algunas teorías anteriores, como la Teoría del Polisistema de Even-Zohar, eran insuficientes, ya que no contemplaban los diferentes agentes implicados en el proceso de traducción, ni examinaban las relaciones de poder entre grupos sociales y políticos. La ANT invita a seguir a los actores que son considerados *mediadores activos* y no meros receptores pasivos o retransmisiones de los intereses de otros actores (Solum 2017: 44). Buzelin defiende las ventajas de aplicar la ANT a la traducción para descubrir redes de traducción que no son visibles a nivel de *campo* o polisistema (Buzelin 2005: 210), puesto que la producción de una traducción implica la interacción de diferentes participantes y algunos están ocultos a simple vista. Por último, la ANT permite al observador prestar atención a las pruebas empíricas de la interacción humana, algo que había sido negado por teorías anteriores (polisistema, *skopos*) (Buzelin 2005: 214).

A diferencia de los múltiples trabajos que estudian la aplicación de otras teorías sociológicas a la traducción, la aplicación de la ANT a la traducción no ha tenido lugar hasta la aparición de estudios recientes. Los siguientes estudios de caso, cuyos resultados más relevantes recogemos a continuación, nos ayudaron a comprender mejor la aplicación de esta teoría a los Estudios de Traducción y revelan información muy valiosa para esta tesis doctoral.

Buzelin (2005, 2006, 2007), como hemos mencionado más arriba, fue la primera en aplicar la ANT a los Estudios de Traducción. En sus investigaciones estudia la gestación de proyectos de traducción en diferentes editoriales de forma retrospectiva, desde la negociación de los derechos de traducción hasta lanzar el producto final, con el fin de mostrar datos que estaban ocultos. En su artículo de 2005 “Unexpected Allies. How Latour’s Network Theory Could Complement Bourdieusian Analyses in Translation Studies”, la autora sugiere considerar la ANT un enfoque complementario al propuesto por Bourdieu, ya que ambas perspectivas pueden ayudar a superar ciertas limitaciones en los Estudios de Traducción: “I believe that ANT has the potential to help us move one

step further in the direction already taken by Bourdieu translation scholars” (Buzelin 2005: 215). Este uso complementario de ambas teorías nos permitiría desarrollar un tipo de investigación más orientado al agente y al proceso (*ibid.*: 195). Junto con Folaron, esta autora estudió más en profundidad las conexiones de la ANT y la traducción (Buzelin y Folaron 2007).

Tahir-Gürçağlar (2007) explora las diferentes nociones de red y, partiendo de la ANT, lleva a cabo su propio análisis del proceso de traducción en una editorial turca en los años 60.

Bogic (2010) descubre otros actores implicados (hasta entonces ocultos) en la primera traducción al inglés de *Le deuxième sexe* (1949) de Beauvoir. Su investigación se basa en la lectura de documentos históricos: más de cien cartas entre el traductor y la editorial. Sus principales conclusiones son que el traductor no es el único responsable de las traducciones y que hay que dar importancia a los múltiples actores y su influencia en las traducciones como productos. Este estudio de caso contribuye a reforzar el concepto de múltiple autoría traductora.

Abdallah (2010) estudia el concepto de la agentividad traductora en las redes de producción de traducciones a través de los testimonios de diferentes traductores fineses que trabajan para varias empresas de traducción. Mediante entrevistas a los traductores sobre su trabajo del día a día<sup>59</sup>, persigue darles voz y visibilizarlos y así comprender cómo construyen su agentividad y su poder y de qué dependen estos últimos. Abdallah (2010: 11) toma de Sturgeon (2001) la definición *red de producción*: “sets of inter-firm relationships that bind a group of firms of different sizes, including micro entrepreneurs, into larger economic units”. Además, esta autora explica la estructura de la red de producción de traducciones como sigue:

Translation production networks are formed when one actor who needs translations, in the capacity of a principal, delegates work to another actor, an agent, to produce these translations, and this latter actor, in the capacity of a principal, subcontracts translating work to yet another actor, who becomes an agent. (Abdallah 2010: 15)

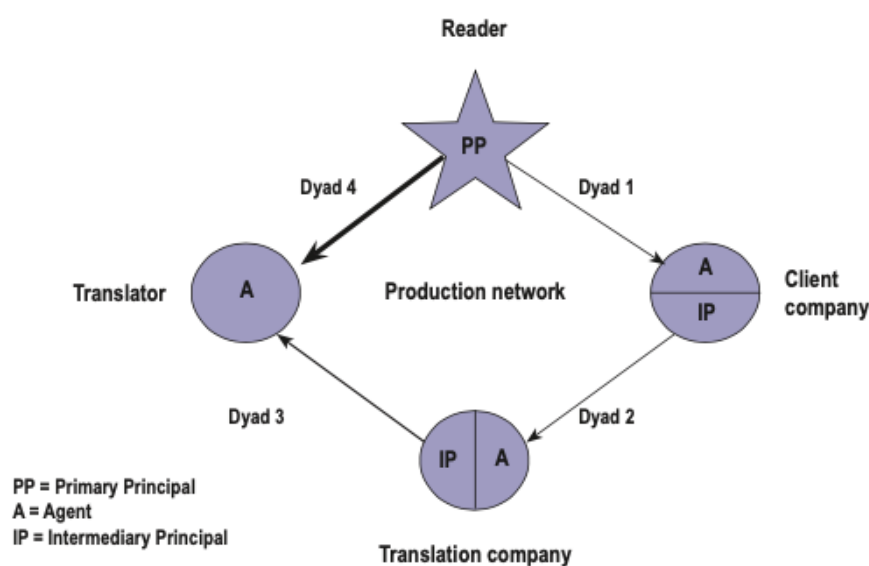
Como ya hemos indicado anteriormente, Abdallah (2010) denomina a la Teoría de la Agentividad también *principal-agent theory* y ofrece una terminología para designar a todos los participantes implicados en el proceso de traducción: *primary principal*,

---

<sup>59</sup> En las entrevistas se trataron temas relacionados con el sueldo de los traductores, su estatus, la calidad del trabajo, la cooperación, el acceso a la información y el contacto con la empresa cliente, etc.

*intermediary principal* y *agent*. El *primary principal* es el lector. La empresa cliente y la empresa de traducción desempeñan dos roles y pueden actuar bien como *intermediary principals* o como *agents*. El traductor actúa como *agent* de dos *principals*: el lector y la empresa de traducción.

Según Abdallah (2010: 15-16), las relaciones jerárquicas entre todos los participantes implicados en el proceso de traducción pueden ser cuatro (díadas 1-4) y se pueden representar gráficamente, tal y como mostramos en la siguiente ilustración:



**Ilustración 6. Las posibles díadas del proceso de traducción, en Abdallah (2010: 16)**

Un concepto clave para Abdallah es el contrato que existe entre las partes, que es un instrumento vinculante, que no tiene por qué estar escrito y firmado, pero que permite diferentes formas de cooperación entre el *principal* y el *agent* (Abdallah 2010: 13).

Siguiendo esta línea, Boll (2016) reconstruye la política y el proceso de traducción al inglés de colecciones de poesía española entre 1956 y 1979 a través de un análisis de la documentación encontrada en el Archivo de Penguin en la Universidad de Bristol.

Por su parte, Solum (2017) concibe la traducción como el resultado de negociaciones entre las diferentes partes implicadas en el proceso, cuyos valores, intereses y preferencias estéticas no necesariamente coinciden (Solum 2017: 42-43). Generalmente este proceso no es visible en el producto final (la traducción), como tampoco lo son los otros agentes que intervienen en el mismo. Sin embargo, un mal

desempeño del trabajo de uno de estos participantes puede visibilizarle, como es el caso del agente *copy editor* en Solum (2017). A lo largo de su aportación, Solum se sirve de herramientas teóricas y metodológicas de la ANT para sacar a la luz a actores no humanos<sup>60</sup> que estaban ocultos. Cabe destacar que Solum emplea el término *agentes* cuando se refiere a individuos humanos dotados de agentividad que ejercen su poder de forma intencionada, y el término *actores* cuando se trata de individuos humanos y entidades no humanas que ejercen su poder de forma no intencionada<sup>61</sup>; los agentes y los actores interactúan entre sí.

Kölbl (2020) analiza la actividad traductológica de la voluntaria australiana A. Palmer en la Guerra Civil española (1936-1939) a través de sus memorias, biografías, cartas y diarios. Además, aplica la ANT para mostrar el papel de Palmer como mediadora lingüística y definir las redes de las que formó parte durante el conflicto bélico.

Estos estudios de caso demuestran que la aplicación de la ANT a los Estudios de Traducción exige un modo de trabajo empírico y retrospectivo, que conlleva cierta dificultad, pero que puede resultar de gran utilidad y proporcionar datos valiosos para esta disciplina. No debemos olvidar que, en ocasiones, los agentes implicados en el proceso de traducción toman sus decisiones basadas parcialmente en la intuición. Esto hace que sea difícil formalizar el proceso, y mucho más si se hace de forma retrospectiva (Buzelin 2005: 208). El propio Latour (2005: 159) reflexiona sobre la dificultad de seguir la pista a las relaciones sociales y que a veces solo es posible captarlas cuando son modificadas:

It should be the simplest thing in the world. We are all bound by social interactions; we all live in a society; and we are all cultural animals. Why do these ties remain so elusive? [...]

Although it seemed at first sight that the subject matter of social sciences was easy to locate thanks to the massive and ubiquitous evidence of the social order, it now appears that it's just the opposite: there is nothing more difficult to grasp than social ties. It's traceable only when it's being modified. (Latour 2005: 159)

---

<sup>60</sup> Uno de los actores no humanos es el propio periódico noruego (*Morgenbladet*). La investigación de Solum nos hace reflexionar acerca de los participantes no humanos que tienen detrás un equipo humano, como es este caso.

<sup>61</sup> Solum basa su elección terminológica en las definiciones aportadas por Buzelin (2011: 6, 2005: 197).

A pesar de estos resultados tan válidos, han surgido algunas críticas<sup>62</sup> que sugieren que la ANT ofrece pocos datos puramente sociológicos, se centra (casi exclusivamente) en la descripción, se limita a analizar pruebas anecdóticas con poco poder explicativo, está muy enraizada en la situación local y no permite hacer generalizaciones. También ha sido criticada por deshumanizar a los humanos al igualarlos a los no humanos, dotando a estos últimos de agentividad, aspecto que algunos investigadores, sin embargo, consideran muy revelador, porque muestra cómo se ha generado y se distribuye el poder (Abdallah 2011: 185).

Jansen y Wegener (2013), que también son críticas con esta teoría, llegan a la conclusión de que es necesario desarrollar una investigación que combine un estudio a nivel micro con otro a nivel macro sobre las condiciones que existían antes de la creación de la red y fuera de esta:

If we seek to uncover not only *who* is involved in the process of generating a translation and how they interact, but also *why* some of the involved parties end up having “the upper hand,” it seems essential that we combine attention to micro-level factors emerging in the specific translation event *together* with acknowledgement of macro-level conditions existing before and outside of the network. (Jansen y Wegener 2013: 16)

#### **3.1.4.3 El estudio de la agentividad en traducción a través del material contextual**

Sin duda, gracias las aproximaciones sociológicas a la traducción se ha producido un cambio en la metodología tradicional empleada en los Estudios de Traducción que se centraba generalmente en el análisis textual.

Como ya hemos mencionado anteriormente, los estudios orientados al agente de tipo socio-historiográfico combinan el análisis textual del TO y TM y la exploración de material de archivo y paratextual. Por tanto, este tipo de acercamientos sociológicos a la traducción se basan en la etnografía, en la observación, la recogida de datos mediante trabajo de campo, en la interpretación y la descripción (Bogic 2010: 182).

Latour (2005: 12) sugiere “seguir a los actores” a través de un análisis de las pruebas textuales que estos dejan en diferentes documentos, como pueden ser: diarios, correspondencia, bocetos, notas, etc. Aplicado a la traducción, este concepto hace referencia al concepto de *material contextual* sugerido por Alvstad y Assis Rosa (2015:

---

<sup>62</sup> Bourdieu, Tahir-Gürçağlar, Jones, Jansen y Wegener, entre otros.



7), quienes señalan este material es la principal fuente de información para saber qué agentes están implicados en el proceso, qué decisiones tomaron y por qué las tomaron. Por su parte, Alvstad y otros (2017: 7) proponen un estudio conjunto del material contextual y los textos traducidos como partes integrales (de un todo) y no como entidades separadas.

Siguiendo a Alvstad y otros (2017: 5-6), el concepto de material contextual se refiere a todo el material producido por y/o alrededor de los textos literarios y traducciones, es decir, las introducciones del traductor, notas a pie de página, correspondencia entre participantes implicados en el proceso de traducción, entre traductores, entrevistas, etc. Este *material contextual* es lo que anteriormente Genette (1987: 7) denomina *paratexto* y Tymoczko (2000: 24) *materiales paratextuales*. Sin embargo, existen algunas diferencias entre estos conceptos. El material contextual es algo concreto y es un concepto más amplio que incluye todo tipo de materiales relacionados con una traducción concreta que nos permiten vislumbrar las diferentes agentes (Alvstad y otros 2017: 6). Genette (1987) solo incluye dentro de paratexto los textos escritos por los autores.

Además, tal y como apunta Jansen (2017: 135), el material contextual debe cumplir los prerequisites de toda recogida de datos basada en el trabajo de campo, a saber, cubre un periodo de tiempo extenso, ocurre en un entorno natural donde se ha observado un fenómeno, toca una variedad de características contextuales de la práctica, y lo hace desde la perspectiva de aquellos implicados.

Numerosos autores han estudiado la importancia del material contextual en los Estudios de Agentividad en Traducción. A continuación, revisamos las aportaciones al respecto que resultan más interesantes para nuestra investigación.

Paloposki (2010: 88) entiende la agentividad como “the translator’s everyday practices, decisions and even routine chores”. Según esta autora, la forma de actuar de los traductores, sus asociaciones y red de trabajo queda plasmada en documentos que se crean alrededor de la traducción, como pueden ser bocetos, cartas o notas de los traductores. Todos estos escritos contienen información sobre la libertad de elección del traductor a la hora de decidir sobre ciertos temas o negociar sobre los mismos con otros agentes involucrados en el proceso de traducción (otros autores, editores, otros traductores, etc.). Paloposki (2010: 89) defiende que un estudio en profundidad de estos documentos aporta información sobre las relaciones de poder entre los diferentes participantes, sobre el control del traductor sobre su obra y sobre el día a día de su

trabajo. Paloposki (2009) investiga la agentividad de dos traductores finlandeses a través de un estudio de su correspondencia y otros documentos. Paloposki (2010) se centra en el análisis de las notas a pie de página incluidas por el traductor en el texto traducido, que constituyen un ejemplo visible de la agentividad traductora en el producto final. Sin embargo, Paloposki señala que la agentividad del traductor a veces es invisible, ya que estos procesos a menudo no se reflejan en el producto final, por lo que sugiere acceder a material archivístico para poder conocer las prácticas del traductor y su papel en el proceso de traducción. Lamentablemente, en algunos casos, este material no existe, bien porque no todas las decisiones han sido documentadas, o porque los documentos han desaparecido. También Munday (2013) destaca el valor de los documentos personales del traductor para proporcionar claves sobre el proceso de traducción:

Just as valuable in this regard are draft manuscripts and papers. These are unpublished textual sources, preceding and building to the TT itself. They are interim products which offer crucial and more direct access to the creative process that is [...] translation and providing written evidence of the translator's decision-making. (Munday 2013: 126)

Jansen y Wegener (2013: 3-4) sostienen que, aunque el traductor sea el agente principal del proceso de traducción y el más *visible*, los demás agentes ejercen una gran influencia sobre el traductor y el texto traducido *behind the scenes* (entre bambalinas). Por convención, estos agentes son *invisibles* en el texto traducido, pero se visibilizan en el material que rodea a la gestación de una traducción (*ibid.*: 7).

Algunos investigadores han propuesto diferentes clasificaciones de los indicios textuales que los agentes dejan tanto en los productos finales como en el material contextual, según la localización del indicio, las cuales se presentan a continuación.

Paloposki (2009: 191), basándose en Koskinen (2000)<sup>63</sup>, diferencia tres tipos de datos (materiales) usados en el estudio de la agentividad:

- textuales: huellas del traductor en el texto;
- paratextuales: notas y prólogos del traductor;
- extratextuales: diferentes ediciones, traducciones intermedias y otras publicaciones del traductor en las que se expresa y opina sobre sus traducciones, explica sus métodos y estrategias de traducción, etc.

---

<sup>63</sup> Koskinen (2000: 99) introduce la distinción entre visibilidad textual, paratextual y extratextual.

Según el traductor se visibilice a nivel textual, paratextual o extratextual, se darán también tres tipos de agentividad traductora, siguiendo a Paloposki (2009: 191).

Jansen y Wegener (2013: 3) clasifican las huellas de los agentes en tres grupos:

- intratextuales: huellas de los agentes *dentro* del texto (narrador y personajes o participantes más ambiguos como el autor implícito, o en el caso de la traducción, el traductor implícito);
- intertextuales: referencias a otros textos que emergen *dentro* del texto como citas, alusiones, pastiches, etc.;
- extratextuales: referencias *fuera* del texto y que influyen de alguna manera el resultado textual (traducción).

Alvstad y Assis Rosa (2015: 3-4) sintetizan la clasificación y aportan una nueva distinción de las huellas según su localización:

- textual: si la huella forma parte de producto textual;
- contextual: si la huella se localiza en los textos alrededor de las traducciones aportándoles un contexto.

A continuación, revisamos los estudios de caso de Jansen (2017) y Andújar Moreno (2019) que nos sirven para ejemplificar de forma muy acertada el estudio de la agentividad en traducción a través de los materiales contextuales generados durante el proceso de traducción.

En su estudio de caso, Jansen (2017: 135) estudia el proceso de traducción de la novela italiana *Alla cieca* (2005) al danés mediante el análisis de material contextual: más de 300 emails entre los dos traductores de la novela. Jansen (2017: 140-156) divide el *evento de traducción* cubierto por la correspondencia en cuatro fases y explica los aspectos más interesantes en cada una de ellas, que resumimos en español así:

- fase preparatoria<sup>64</sup>: recepción del texto completo y redacción de un plan de trabajo (división del trabajo entre los dos traductores);
- fase de traducción: durante esta fase los requisitos de la editorial interrumpieron el trabajo de los traductores, quienes, además, se enfrentaron a varios retos de traducción. Para superar estos retos recurrieron a actores no humanos<sup>65</sup> (páginas web especializadas, manuales

---

<sup>64</sup> La propia Jansen actúa como *liaison officer* siendo un nodo central en la red emergente.

<sup>65</sup> Jansen emplea el término *actantes no humanos*.

de ortografía y enciclopedias online) que influyeron en sus decisiones. Además, el autor del texto original envió una carta a los traductores ofreciéndoles su ayuda, pero dejando a los traductores decidir por sí mismos. Los traductores consultaron la carta únicamente de forma esporádica (el autor se convirtió en un actor potencial de la red);

- fase en suspensión: se trata de un parón ocasionado por motivos relacionados con la editorial, a la que los traductores achacaron falta de interés;
- fase de revisión: llevada a cabo por un individuo externo freelance, en este caso, se trata de la madre de Jansen, quien inspiró de nuevo a los traductores a revisar el texto y realizó algunas aportaciones.

Jansen (2017) opta por una combinación de los enfoques cognitivo o sociológico<sup>66</sup> para averiguar quiénes son los agentes involucrados en dar forma a la traducción (enfoque sociológico), aparte de los traductores, y qué reflexiones y estrategias llevaron a las elecciones traductorales finales (enfoque cognitivo). Con la combinación de las dos perspectivas, Jansen (2017: 157) muestra claramente cómo el *acto de traducción* se incluye dentro del *evento de traducción* y los aspectos positivos (creatividad) y negativos (desorden o impredecibilidad) de los procesos de traducción. Además, concluye que la colaboración entre los dos traductores mejoró la calidad del producto final y fortaleció la confianza de los traductores en sí mismos, a pesar de la falta de interés, confianza, coordinación y comunicación que mostró la editorial en la fase de suspensión. Esta forma de actuar de la editorial dificultó la labor de los traductores, quienes consideraban cada vez más difícil mantener el principio de lealtad (a la editorial) y el respeto mutuo Jansen (2017: 157); a veces la colaboración entre traductores y editorial se tornó en una lucha de poder (*id.*).

Entender el proceso de traducción como un *evento de traducción* que involucra a múltiples agentes con intereses potencialmente divergentes tiene implicaciones importantes para la definición de la traducción como producto (Jansen y Wegener 2013:

---

<sup>66</sup> Toury (1995; 2012) y, después, Chesterman (2013) diferenciaban entre *translation act* (el proceso cognitivo que tiene lugar en la mente del traductor cuando identifica y resuelve problemas de traducción) y el *translation event* (la cadena de acciones y actividades, incluido el acto de traducción, a través de las que surge una traducción, desde la solicitud de traducción del cliente hasta la recepción de la traducción). Según el enfoque que se adopte (cognitivo o sociológico), el papel del traductor es diferente. Los investigadores que estudian el *acto de traducción* (enfoque cognitivo) consideran al traductor como un procesador de textos, mientras que los que estudian el *proceso de traducción* (enfoque sociológico) lo consideran el principal agente social que interactúa con los demás agentes.

6). Es decir, para estas autoras, centrarse en el estudio del *translation event* más que en el del *translation act* amplía el concepto de producto de traducción a otros elementos (*ibid.*: 7).

Por su parte, Andújar Moreno (2019) estudia el papel de la intervención editorial en la configuración de la traducción al español de la obra *Beautiful Children* (2008) de Charles Bock. A través de la comparación textual del texto original, el manuscrito entregado a la editorial por el traductor y el texto que finalmente se publicó, Andújar Moreno nos muestra ciertas regularidades en las conductas de los revisores y detecta patrones de normas de edición, tanto implícitas como explícitas, en el proceso final de edición de una traducción.

La aportación de Andújar Moreno (2019) muestra la importancia de los Estudios Descriptivos de Traducción, los cuales analizan tanto los textos originales como sus traducciones, con el objetivo de identificar y explicar las diferencias entre ellos, así como de encontrar indicios lingüísticos que reflejen las estrategias de los traductores y otros agentes involucrados en el proceso. De esta manera, se busca encontrar regularidades en esta práctica profesional y comprender cómo intervienen los participantes en el proceso de traducción.

#### **3.1.4.4 La teoría de la voz aplicada al estudio de la agentividad en traducción**

Como hemos revisado, cada vez existen más investigaciones que estudian el papel del agente traductor y de los demás agentes en traducción. Sin embargo, todavía queda mucho por hacer en lo que se refiere a la identificación de los indicios concretos que los agentes dejan en el material textual y contextual, que, como hemos visto, es fundamental en las investigaciones de este tipo. Además, es necesario explorar el papel de los lectores como agentes en el proceso de traducción y los efectos que tienen en ellos las manifestaciones textuales de los otros agentes, tal y como señalan Alvstad y otros (2017: 4).

Con el fin de dar respuesta a estas cuestiones, Alvstad y Assis Rosa (2015: 3) sugieren el concepto de voz, introducido en los Estudios de Traducción a través de otras disciplinas como la literatura comparada, la lingüística y la antropología, y lo definen como “translator’s textually manifested subjectivity” o “a translator’s thoughts about her or his translation process or text”.

Alvstad y otros (2017: 3) definen voz como “marks of the tangle of subjectivities involved in textual processes” y lo emplean de forma metafórica para referirse a cómo

los editores, traductores, y otros agentes expresan sus concepciones individuales o colectivas tanto en los textos traducidos como en el material contextual (Alvstad y otros 2017: 5).

Jansen y Wegener (2013: 2) equiparan el concepto de voz del traductor con el de *huella o estilo específico* y lo definen como “the translator’s personal impact on the translated text”. Como ya hemos mencionado anteriormente, según Jansen y Wegener (2013: 5), una de las tres perspectivas desde las que puede estudiar la múltiple autoría traductora es perspectiva orientada al producto, es decir, la que analiza la traducción, su estructura arqueológica y el material contextual que surge alrededor de esta con el fin de localizar las huellas que los agentes han podido dejar.

La voz también ha sido definida como las *preferencias estilísticas* de los traductores (Munday 2013) o como la *presencia discursiva* de los traductores en las traducciones (Hermans 1996).

Alvstad y otros (2017: 10) proponen acabar con el mito del traductor en solitario, que sugiere que los traductores son los únicos responsables de las traducciones, mediante un estudio de las diferentes voces presentes en las traducciones y en el material contextual. Esto demostrará que la traducción es un proceso complejo en el que están implicados más participantes.

Por tanto, el concepto de voz está relacionado con las nociones bajtinianas (1981) de *other’s words* (heteroglosia) y *multi-voicedness* (polifonía), como principios que subyacen a toda estructura textual (Alvstad y otros 2017: 7), y con la noción de *plurivocality* de las traducciones de Bassnett (2017), es decir, la traducción concebida como un proceso multivocal colectivo, que ya hemos apuntado anteriormente.

Los estudios de caso de la obra de Alvstad y otros (2017) prueban que, tanto en las traducciones como en el material contextual, circulan un sinfín de voces. Como hemos revisado en el apartado anterior, Alvstad y Assis Rosa (2015: 3-4) clasifican las voces según su localización, es decir, según aparezcan en el material textual o en el material contextual. Las voces textuales, que se ubican *dentro* del texto traducido, hacen referencia a las voces narrativas (de los narradores y personajes) y a las huellas que los *real-life agents* (autores, traductores, revisores o correctores) dejan en la traducción (Alvstad y otros 2017: 7). Las voces contextuales modelan, comentan e influyen a las voces textuales y son las voces de los agentes que producen, promocionan y escriben sobre las traducciones. Estos agentes son los encargados de leer y modelar

traducciones (autores, editores, críticos, bibliotecarios, lectores no profesionales), que se expresan a través de diferentes canales como introducciones, cartas o reseñas (*ibid.*: 3). Por tanto, es necesario examinar las relaciones de poder existentes entre los diferentes participantes que subyacen a las diferentes fases del proceso de traducción (Wolf 2010: 341, citado en Alvstad y otros 2017: 8).

Greenall<sup>67</sup> (2015a: 47) introduce una nueva diferenciación del tipo de voces según su visibilidad para el lector: la voz *no manifiesta*, esto es, una voz que ha jugado un papel a la hora de modelar el texto y está presente en el mismo, pero que es invisible para el lector; y la voz *manifiesta*, visible para el lector, o al menos para algunos lectores. Esta diferenciación no solo afecta a la voz del traductor, sino también a la de los demás agentes, cuyas voces son normalmente *manifiestas* en el material contextual, pero que también pueden ser también voces *manifiestas* en los textos traducidos.

Otros autores que han estudiado las voces textuales y contextuales son Alvstad (2013), Jansen y Wegener (2013) y Taivalkoski-Shilov (2013). Si tomamos como referencia los tipos de voz propuestos por Jansen y Wegener (2013: 3), que hemos expuesto anteriormente, la voz *textual* de Alvstad y Assis Rosa hace referencia a las voces *intratextuales* de Jansen y Wegener y la voz *contextual* a las voces *extratextuales*. Alvstad y Assis Rosa no contemplan un tercer grupo e incluyen las voces *intertextuales* de Jansen y Wegener dentro de la voz *textual*.

Según Alvstad y otros (2017: 5), un estudio de las voces contextuales resulta tan interesante como un estudio de las voces textuales. De hecho, las primeras son las que nos permiten comprender y explicar mejor la complejidad del proceso y del producto de traducción (*id.*).

Por último, cabe apuntar que identificar las voces no es tarea fácil. En este sentido, existen voces que son más fáciles de identificar, como la del narrador, o la de los traductores que eligen intervenir en el texto, mostrar su voz y *performativity* (Greenall 2017: 37). En otras ocasiones, el traductor elige no intervenir y ocultar su participación en el proceso de traducción, por lo que localizar su presencia discursiva en el texto resulta más complicado (Alvstad y Assis Rosa 2015: 5).

---

<sup>67</sup> En su estudio de caso de 2017, Greenall estudia la voz multisemiótica del traductor y analiza el caso de los cantantes-traductores escandinavos, que traducen y también interpretan canciones. Finalmente, concluye que la voz del cantante-traductor escandinavo puede ser textual y contextual, dependiendo de si el cantante-traductor se expresa con o a través de la traducción (texto) o a través de otros contextos, como borradores no publicados, cartas, prólogos y entrevistas (Greenall 2017: 22).

Cuando el traductor decide ocultarse lo hace en virtud del *translation pact* (pacto de traducción), término acuñado por Alvstad (2014: 281) para referirse a aquella estructura retórica que hace que los lectores lean textos traducidos como si hubieran sido escritos por el autor original sin la mediación del traductor o de otros agentes. Alvstad sugiere que esto sucede en muchos textos contemporáneos. El pacto de traducción se crea a través de elecciones de traducción a nivel textual y mediante el material contextual, que da a los lectores la impresión de que el autor es el único enunciador del texto, es decir, el único agente. Solum (2017), que también estudia esta noción, afirma que las editoriales y los propios traductores contribuyen a ese pacto de traducción creando paratextos en los que sitúan en primer plano al autor del TO y minimizan la intervención del traductor, haciendo que los lectores, y los críticos, ignoren que el texto ha sido preparado por una serie de agentes (diferentes al autor) para un público meta (Solum 2017: 40). Así, muchos lectores hacen comentarios sobre las traducciones como si la única voz presente en el texto fuera la del autor del TO.

El propio Venuti (1995) utiliza una cita muy acertada de Norman Shapiro, quien alude a este concepto del siguiente modo:

I see translation as the attempt to produce a text so transparent that it does not seem to be translated. A good translation is like a pane of glass. You only notice that it's there when there are little imperfections— scratches, bubbles. Ideally, there shouldn't be any. It should never call attention to itself. (Shapiro, citado en Venuti 1995: 1)

Alvstad y Assis Rosa (2015: 8) van un pasó más allá en la aplicación de la teoría de la voz aplicada al estudio de la agentividad en traducción y proponen un estudio contrastivo entre textos combinando la teoría de la voz y el fenómeno de la *retraducción*, para descubrir las voces de diferentes agentes, lo que puede ser útil para comprender más profundamente los dos conceptos por separado. Koskinen y Paloposki (2010: 294) especifican que término *retraducción* puede entenderse como producto, una segunda traducción de un mismo texto origen a la misma lengua meta, o como proceso, un fenómeno que ocurre en un periodo de tiempo (traducciones simultáneas o casi-simultáneas).

Alvstad y Assis Rosa (2015: 8) sugieren analizar las retraducciones y compararlas con sus primeras versiones. De este modo, una retraducción puede ser: *assimilative*, si adopta estrategias y procedimientos de traducción de traducciones



previas, o *confrontational*, si se opone al perfil de traducciones previas y aplica estrategias y procedimientos de traducción diferentes.

Estas autoras (Alvstad y Assis Rosa 2015: 11) apuntan que es interesante saber más sobre el estatus y la competencia traductora del *retraductor*, ya que este ha sido escogido para mejorar la traducción previa, al menos esto es lo que se espera de él. Estas autoras destacan que, en el caso de la retraducción, como en el de cualquier otra traducción, no debemos olvidar el papel (más o menos influyente) que han desempeñado los diferentes agentes (entre los que se incluye el cliente y el lector de la retraducción), quienes tienden a visibilizarse, una vez más, en el material contextual (*id.*).

Además, a la hora de analizar una retraducción otro de los factores que debemos tener en cuenta el factor espacio (canales y medios de comunicación de publicación) y el factor tiempo (fecha de publicación de la retraducción con respecto al TO). Al respecto, Alvstad y Assis Rosa (2015: 12) toman la clasificación realizada por Vanderschelden (2000: 9) y distinguen entre *traducción caliente*, que es la primera traducción realizada de un texto origen rápidamente después de la publicación de este, y *traducción fría*, la retraducción de un texto publicada después de un tiempo y que se basa, en algunos casos, en traducciones previas existentes a la misma lengua.

Sin duda, una de las cuestiones relacionadas con este fenómeno más interesantes es la motivación de una *retraducción*, es decir, por qué se retraduce<sup>68</sup>. Según Alvstad y Assis Rosa (2015: 14), la respuesta a este interrogante puede estar en el material contextual que rodea a la publicación de la retraducción. Entre las motivaciones más relevantes que aportan estas autoras se encuentran las siguientes: intentar mejorar la calidad de una primera traducción previa, aportar una nueva perspectiva del texto origen o un nuevo conocimiento de la obra, del autor o de la cultura, responder a luchas de poder entre los diferentes agentes implicados o a razones de tipo ideológico o político, aprovechar el potencial de marketing de las nuevas versiones, etc.

Alvstad y Assis Rosa (2015: 14) revisan la hipótesis sobre la retraducción (*Retranslation Hypothesis*) formulada como una hipótesis descriptiva por Chesterman (2000: 23), que a su vez se basa en Berman (1984, 1990): “[I]ater retranslations (same ST, same TL) tend to be closer to the original than earlier ones”. Esto sucedería porque las primeras traducciones son las responsables de allanar el camino a las que vienen

---

<sup>68</sup> Véase Alvstad y Assis Rosa (2015: 14-15) para más información sobre las motivaciones.

después y están más orientadas a la cultura meta (domesticación). Las retraduccionen están más orientadas a la fuente original (extranjerización), lo que hace que los lectores se acerquen al texto, lengua y cultura origen. Retomando la idea antes presentada, las primeras traducciones (domesticadas) reman a favor del pacto de traducción, es decir, tratan la obra como si hubieran sido escrita por el autor original en la lengua meta. Sin embargo, Koskinen y Paloposki (2010: 295) sugieren que, en la actualidad, existen investigaciones que aportan pruebas suficientes para rechazar esta hipótesis sobre la retraducción.

Los conceptos de voz, de voz del autor implícito y de retraducción también han sido estudiados por Solberg (2017). En su estudio de caso de 2017, esta autora analiza la voz del autor implícito en la primera traducción al noruego de la introducción de *Le deuxième sexe* (1949) de Simone de Beauvoir publicada en 1970 y la compara con la del autor implícito del texto origen en francés y de la segunda traducción al noruego de 2000.

Solberg (2017: 181) adopta la definición de voz propuesta por Alvstad y Assis Rosa (2015), quienes entienden el concepto de voz como las “textually manifested traces of the agents involved in the translation process”. Sobre estas huellas, los lectores construyen la imagen del autor (*id.*). En cuanto a la definición del autor implícito, Solberg (2017: 182) adopta la sugerida por Schmid (2009): “the concept of the implied autor refers to the author-image contained by a work and constituted by the stylistic, ideological, and aesthetic properties for which indexical signs can be found in the text”. Solberg (2017) sostiene que el autor implícito puede estar presente en cualquier parte del texto y que los lectores asignan la agentividad, la identidad y la voz al autor implícito. Sin embargo, citando a Alvstad (2013), Solberg (2017) afirma que los lectores de una traducción no tienen acceso directo a la voz del autor del TO, sino que la voz que llega a los lectores es la del traductor, por lo que la imagen del autor será diferente según las diferentes traducciones.

Solberg (2017) concluye que la voz del autor implícito de la traducción de 1970 presenta a Beauvoir de forma más didáctica y amable y menos severa y crítica que en el TO, en cuanto que explica y parafrasea la terminología existencialista, omite o suaviza referencias culturales y comentarios sarcásticos y críticos. Tal y como explicaba la traductora Eliassen en su prólogo (1970), estos cambios realizados en la voz del autor implícito tenían la finalidad de que la obra llegara a un público más amplio. Solberg (2017) sostiene que el traductor hizo el texto más comprensible, haciéndolo así más

accesible a aquellos lectores que no estaban familiarizados con ciertos términos, e hizo también que algunos lectores, que pudieran sentirse ofendidos, se sintieran más cómodos. Además, la autora complementa su análisis textual con consideraciones de elementos paratextuales, como las portadas de las diferentes ediciones de la traducción al noruego. Concretamente, repasa el cambio de enfoque que tiene lugar en las portadas (de la causa pasando por la autora hasta su obra y sus ideas). Esto concuerda con la fama que fue adquiriendo Beauvoir (Solberg 2017: 193-198).

Una de las conclusiones más interesantes a las que llega Solberg (2017: 198) es que la retraducción de 2000 no es más similar al texto origen que la primera traducción, lo que contradice la hipótesis sobre la retraducción de Chesterman (2000: 23) antes mencionada. Además, la retraducción de 2000 sigue otro tipo de normas diferentes a las de la primera traducción, por ejemplo, no se producen tantas omisiones y el prólogo lo escribe un investigador de renombre (Solberg 2017: 198). Este desarrollo, que también refleja la aparición de nuevos lectores, se debe a que las distintas versiones y sus traducciones tenían diferentes propósitos.

### **3.1.5 Revisión crítica y aplicación práctica de conceptos clave de acercamientos sociológicos al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)**

A continuación, revisamos de forma crítica el primer bloque teórico sobre el que se fundamenta nuestra investigación y seleccionamos los elementos más interesantes para nuestro estudio.

En este primer bloque teórico ha quedado claro que no es posible considerar una afirmación como *ideológica* si la analizamos sin tener en cuenta su práctica social discursiva. Las ideologías no son conceptos abstractos, sino que son sistemas de creencias o ideas que se encuentran en el ámbito cognitivo y *siempre* están relacionadas con el ámbito social. Esto es así porque *enmascaran* sistemas económico-sociales y relaciones de poder entre los diferentes grupos sociales o culturas. Las ideologías son *cosmovisiones* (Vences Fernández 2001: 265), reflejan situaciones sociales complejas y se plasman en los discursos ubicados en contextos sociales en los que los participantes actúan intencionadamente y forman parte de un colectivo, cuyos miembros comparten las mismas reglas y normas del discurso.

Por tanto, estudiar la ideología que subyace a un producto textual implica afrontar el reto de que esta se propaga de forma silenciosa y sutil, por lo que los investigadores deberemos adoptar un enfoque que vaya más allá del análisis textual y que estudie el texto en su contexto más amplio. Solo así entendemos que una investigación puede resultar fructífera.

En las traducciones, como productos textuales, también se cristalizan las ideologías que influyen a los diferentes participantes implicados en el proceso de traducción. Por tanto, si los participantes de los discursos “no son tan solo hablantes/escribientes y oyentes/lectores, sino también actores políticos que actúan como miembros de grupos y culturas” (Di Pasquale 2012: 102), entendemos que los traductores tampoco son meros escribientes en otra lengua, sino *actores políticos*. Esta noción está relacionada con la definición de traducción de Tymoczko (2000: 24) como “a possible vehicle of political engagement” y como “as an activist enterprise with tangible geopolitical results” (Tymoczko 2000: 30), y su idea de traducción comprometida, que sugiere que toda traducción es parcial y resultado unos compromisos tomados por el traductor.

Además, como hemos mostrado a lo largo del epígrafe 3.1.4, la tarea de traducción no está únicamente sujeta a las decisiones del traductor, sino a las de otros participantes implicados en el proceso de traducción, que intervienen en el proceso y toman partido, pero se encuentran en un segundo plano. La (mayor o menor) influencia de los agentes en el proceso de traducción se puede rastrear, a veces, en el texto traducido y, frecuentemente, en los diferentes documentos que preceden a la traducción final.

Actualmente, la influencia de la ideología como fuerza modeladora de la traducción es indiscutible (véase epígrafe 3.1.2). De hecho, como hemos revisado, la Escuela de la Manipulación considera la traducción como una actividad ideológica en sí. Además, debemos considerar que cuando empleamos el término *ideología* nos referimos a la ideología del traductor y a la de los diferentes participantes involucrados en el proceso de traducción. Todos ellos, tanto el agente traductor como los otros agentes están influenciados por la ideología de grupos de poder e instituciones dominantes, puesto que, como sostiene la Escuela de la Manipulación (Chesterman 1997: 39), los traductores no actúan con total libertad, sino que ellos también son manipulados por otros agentes. En esta línea, muchas investigaciones persiguen aclarar

qué papel desempeñan ciertos factores externos como condicionantes para los diferentes agentes implicados en el proceso de traducción.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto y siguiendo los pasos trazados por los autores mencionados, proponemos estudiar empíricamente y desde una perspectiva sociológica las prácticas de traducción en las instituciones turísticas españolas existentes entre 1928 y 1939, el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo.

Como hemos desarrollado en este primer bloque, no sólo son importantes los factores internos y externos que afectan al traductor como ser humano, sino también los otros agentes que participan en el proceso de traducción y que ejercen una responsabilidad compartida con el traductor, que deja de ser concebido como el único responsable en el proceso de traducción. En esta tesis doctoral perseguimos saber más sobre los agentes que participaron en la redacción y, después, en la traducción de nuestro material objeto de estudio. Para ello, y siguiendo a Andújar (2019: 37), acotaremos las fases y descompondremos el proceso de redacción en español y traducción al alemán de los textos turísticos publicados por el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo entre 1928 y 1939. Nos centraremos en estudiar qué papel jugaron estas instituciones turísticas en la redacción y traducción de las publicaciones turísticas.

Como sabemos, los compromisos (Tymoczko 2000: 24) y las intervenciones (Meier 2007; Munday 2007) del traductor y la influencia de los otros agentes en el proceso son rastreables en el material contextual (Alvstad y Assis Rosa 2015: 7), que rodea a la gestación del texto traducido, y, a veces, también en el propio texto traducido.

El concepto de traducción comprometida de Tymoczko (2000: 24) solo puede aplicarse si el objeto de estudio se aborda desde una perspectiva localista (desde un contexto concreto). En ese sentido, el material objeto de estudio en nuestra investigación cumpliría estas características: las publicaciones de las instituciones turísticas españolas (Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo) existentes entre 1928 y 1939.

Pretendemos desarrollar un estudio de las traducciones de estas publicaciones turísticas dentro de su contexto social desde una perspectiva orientada al producto de traducción, al proceso y a los diferentes agentes insertos en la red de producción de las traducciones: desde las instituciones iniciadoras de los proyectos hasta los traductores. Por este motivo, las teorías sociológicas de Latour y Bourdieu constituyen herramientas

muy útiles para esta tesis doctoral. En concreto, la *Actor Network Theory* o ANT (véase epígrafe 3.1.4.2) nos permite hipotetizar cómo era la red de producción en la redacción y traducción del material textual objeto de estudio.

En este sentido y con el fin de probar la eficacia de la ANT, en 2022, la autora de esta tesis doctoral desarrolló un estudio piloto recogido en el artículo “Siguiendo a Theodor Mahlau (1907-1985): un traductor polifacético en tiempos de la Segunda República Española” (Valdenebro Arenas 2022: 479-498). En este estudio de caso concreto se explora la vida y obra traductológica del alemán Theodor Mahlau (1907-1985) a través de sus traducciones, material contextual y los datos biográficos aportados por el testimonio de su hijo, Axel Mahlau. Los resultados de esta contribución fueron muy satisfactorios, ya que se logró reconstruir la red de la que formó parte Mahlau en su labor como traductor dentro del Patronato Nacional del Turismo durante la Segunda República española, descubrir cómo se desarrollaba el proceso de traducción turística en esta institución y sacar a la luz a otros participantes implicados en el mismo.

Por tanto, una vez probada su eficacia en este estudio de caso piloto, la ANT se convertirá en uno de los elementos articuladores de esta tesis doctoral. Aplicaremos y adaptaremos la ANT a nuestro objeto de estudio (TO, traducciones y material contextual) y la complementaremos con un análisis de más bibliografía y documentación relacionada con el contexto histórico-turístico, con el fin de aportar pruebas con mayor poder explicativo que permitan hacer algunas generalizaciones. Con ello, investigaremos quiénes fueron los participantes implicados (también los que están ocultos a simple vista) en el proceso de traducción, representaremos gráficamente las *redes* que tejieron y conoceremos más sobre el propio proceso de traducción en esa época. Además, consideraremos tanto a los participantes humanos, como a los no humanos. Utilizaremos los términos *agentes humanos* (o *actores*) y *agentes no humanos*, sugerida a comienzos del epígrafe 3.1.4.1, para referirnos a los participantes observados en el proceso de redacción y traducción en el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo entre 1928 y 1939. En nuestro caso, en este proceso entra en juego un agente no humano, las instituciones turísticas, que son los organismos responsables de la publicación de los textos y que tienen un equipo humano detrás. Esta configuración tiene rasgos en común con la expuesta sobre el periódico noruego en el estudio de caso Solum (2017).

Como ya sabemos, los agentes pueden tener diferentes grados de agentividad y establecer relaciones jerárquicas y de poder entre ellos. En el marco de esta tesis

doctoral, investigaremos si el contexto de nuestro material apunta hacia un paradigma de colaboración entre los participantes (según la ANT de Latour) o hacia uno de competición (según la teoría social de Bourdieu). Para lograrlo, analizaremos el momento histórico-turístico, el *evento de traducción* con sus diferentes fases y las tareas de redacción y traducción en las instituciones turísticas. También examinaremos minuciosamente el material contextual recopilado en diferentes localizaciones, tal como se menciona en el capítulo 4, dedicado a la metodología y a los materiales de investigación de la tesis.

De acuerdo con Jansen y Wegener (2013: 14), nuestra investigación se basará en un estudio orientado al agente de tipo socio-historiográfico, que combina el análisis textual de los textos turísticos en español y sus traducciones al alemán, junto con la exploración del material contextual.

Nuestro material contextual (definido en el epígrafe 3.1.4.3), según se explica en el capítulo 4 de la tesis doctoral, cumple con los requisitos establecidos por Jansen (2017: 135): cubre un periodo prolongado, se origina en el entorno natural donde se ha observado el fenómeno, aborda una amplia gama de características contextuales de la práctica, y se presenta desde la perspectiva de los involucrados.

En nuestro caso, utilizaremos siempre el término *material contextual* y no *paratexto*, ya que se trata de un concepto más amplio que comprende todo el material producido por y/o alrededor de los textos literarios y traducciones (Alvstad y otros 2017: 5-6). Con ayuda de este material, identificaremos y analizaremos las huellas o indicios que los agentes implicados en el proceso de traducción han dejado en el texto traducido o en los textos que preceden al producto final. De esta forma, intentaremos aportar pruebas textuales concluyentes de los dos tipos voces que proponen Alvstad y Assis Rosa (2015: 3-4): voces textuales y voces contextuales.

Asimismo, centraremos nuestro estudio en la actuación de los diferentes agentes traductores: ¿se trata de traductores que permanecen en la sombra en virtud del pacto de traducción al que se refiere Alvstad (2014: 281) o son traductores que intervienen y se hacen visibles? ¿Reman el traductor a favor del pacto de traducción (domesticación) o no (extranjerización)?

En definitiva, perseguimos contribuir a desmontar el mito de que el traductor es el único responsable de las traducciones mostrando cómo queda configurada la múltiple autoría traductora (Jansen y Wegener 2013) (véase epígrafe 3.1.4.1) en los textos objeto de estudio (tipos de autoría traductora, fases del proceso de traducción, agentes

implicados, etc.). Estudiaremos la múltiple autoría traductora desde las perspectivas orientadas al proceso y al producto. Resulta de gran valor analizar, de forma integradora y como parte de un todo, las voces, textuales y contextuales (Alvstad y Assis Rosa 2015: 3-4), presentes en este evento comunicativo concreto para intentar demostrar que las voces de los otros agentes son voces visibles no solo en el material contextual (voces contextuales), sino también en los textos traducidos, convirtiéndose así en voces textuales (véase epígrafe 3.1.4.4).

Por último, esta investigación pretende aportar nuevos datos relacionados con la noción de *retraducción* de Koskinen y Paloposki (2010: 294) y analizar nuestro material aplicando algunos conceptos (tipo de retraducción, identidad del retraductor, motivación de la retraducción, etc.) expuestos en el epígrafe 3.1.4.4.



### **3.2 Acercamientos lingüísticos aplicados al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)**

En este segundo bloque teórico se presentan los dos acercamientos lingüísticos seleccionados para estudiar nuestro material textual. El primer enfoque se relaciona con el concepto de género textual (3.2.1) y el segundo con la Teoría de la Valoración (3.2.2), aplicados tanto a la traducción especializada como a la investigación en traducción.

El concepto de género es fundamental en el estudio de las lenguas de especialidad y es una herramienta muy útil para el análisis lingüístico y traductológico de textos, que considera factores externos al texto y que ha sido aplicado por numerosos investigadores a diferentes objetos de estudio. En nuestro caso, perseguimos aplicar esta herramienta a las publicaciones turísticas objeto de estudio con el fin de caracterizar géneros emergentes propios de los inicios del discurso turístico moderno en España. Por otro lado, la Teoría de la Valoración nos permite localizar indicios lingüísticos relativos a la expresión de la valoración e identificar las intervenciones de los diferentes agentes en el material objeto de estudio.

#### **3.2.1 El concepto de género textual aplicado a la traducción especializada y a la investigación en traducción**

En este apartado, primeramente, presentamos las diferentes aproximaciones al concepto de género textual y destacamos las características más relevantes de este concepto. En segundo lugar, nos centramos en las funciones y el origen de los géneros textuales en la comunicación turística. Además, se explora la propuesta de clasificación de los géneros profesionales del discurso turístico de Calvi (2010) y se caracterizan los géneros textuales más significativos para la investigación, en este caso, la *guía* y el *folleto turísticos*. En tercer lugar, examinamos la utilidad del concepto de género textual en traducción especializada. Finalmente, sugerimos la aplicación del concepto de género al análisis discursivo-traductológico específico de nuestro material objeto de estudio.

### 3.2.1.1 Aproximaciones al concepto de género textual

Monzó Nebot (2002: 25) define género como “una manera convencionalizada de comunicarnos en situaciones enraizadas en un contexto social” que “afecta tanto a la forma como al contenido en un mensaje”. Monzó Nebot (2002: 27) afirma que los géneros son productos culturalmente enraizados que catalizan herencias de pensamiento y destaca la importancia del crítico y teórico ruso Bajtin, quien

proporciona un *giro sociológico* a la teoría del género, [...] en oposición a sus predecesores formalistas, y es el primero en introducir en el estudio de género la dimensión sociológica, que da cuenta de la participación de la sociedad en la producción de un discurso por parte del individuo, de forma que la comunicación se convierte realmente en la (re)producción de pautas marcadas por un colectivo. (Monzó Nebot 2002: 25)

Monzó Nebot (2002), influenciada por esta teoría bajtiniana (1981), describe el concepto de género como un acto colectivo:

El género es, pues, un tipo relativamente estable de enunciado elaborado por una esfera concreta de uso de la lengua a partir de enunciados individuales, determinados por esa esfera, en los cuales se vinculan indisolublemente un contenido temático, un estilo (colectivo) y una composición o estructura, y en el cual se revela una manera de ver y de interpretar aspectos particulares del mundo, de conceptualizar la realidad en la memoria (también colectiva). (Monzó Nebot 2002: 25)

Y afirma que

el individuo se expresa con estos espacios verbales preexistentes que, en consecuencia, tienen una fuerte carga sociohistórica y también ideológica que se activaría tanto en la producción como en la recepción. (Monzó Nebot 2002: 25-26)

Desde la perspectiva de Monzó Nebot (2002: 26), el género se entiende como el testimonio de una comunidad marcada por unas condiciones situacionales específicas en el uso del lenguaje. De hecho, esta autora apoya la tesis de que el género se conforma con modos particulares de conceptualizar la realidad<sup>69</sup>.

García Izquierdo (2002: 15) considera el género una “categoría culturalmente específica que permite observar las diferentes maneras que las lenguas poseen de conceptualizar la realidad”. Para García Izquierdo (2005: 120-121), en el concepto de

---

<sup>69</sup> El concepto de *género* no ha de confundirse con el de *tipo de texto* que se define exclusivamente mediante parámetros lingüísticos (Ciapusio 1994).

género destacan dos aspectos fundamentales: la prototipicidad (el carácter más o menos recurrente de las estructuras que constituyen los géneros en las lenguas) y el campo de actuación (el ámbito discursivo), que determinará la relación entre el género y la comunidad específica en la que se inserta.

Por su parte, Calvi (2016: 16) entiende género textual como “clase de textos dotados de un propósito comunicativo relevante para la comunidad discursiva que lo promueve”. Esta autora señala que los géneros son “cristalizaciones momentáneas, relativamente estables, que evolucionan de acuerdo con las transformaciones de las actividades humanas y los recursos lingüísticos” (Calvi 2016: 17). Además, resume los rasgos identificativos de este concepto como sigue:

El género es una clase, un modelo abstracto, una perspectiva que actúa como molde para el hablante y como horizonte de espera para los destinatarios o para los miembros de una comunidad discursiva específica; se caracteriza por una serie de rasgos convencionales, relacionados con los contextos sociales y comunicativos, e identificables en los diferentes niveles del análisis lingüístico. Cabe distinguirlo de los conceptos de “registro” y “tipología textual”, aunque la confusión entre género y tipología, en particular, sigue siendo frecuente. (Calvi 2010: 14)

En resumen, existen autores especialistas en diferentes ámbitos que han comenzado a utilizar la noción de género como forma de acción social tipificada y convencional que cumple un propósito comunicativo (que configura su estructura interna) y que es observable y reconocible por los participantes de esa acción comunicativa, es decir, de una comunidad. Como podemos observar, el aspecto social y colectivo del género es de gran relevancia para su estudio.

Uno de los aspectos más estudiados es la gran variedad de géneros que existen y los diferentes intentos por clasificarlos de manera lógica, aunque debemos tener en cuenta que

los géneros son modelos abstractos, que no siempre se amoldan a la extrema variedad y complejidad de los productos reales, es decir, los textos; de ahí la necesidad de enfoques multidimensionales, que permitan abarcar el conjunto de géneros pertenecientes al mismo ámbito profesional, vislumbrando su disposición en sistemas, colonias, jerarquías, etc., y teniendo en cuenta los lazos de interdependencia. Ninguna clasificación es definitiva, sino que depende de los objetivos del análisis: proponer una taxonomía completa de los géneros utilizados en un sector profesional no es lo mismo que observar con lupa las distintas articulaciones temáticas de un género determinado. (Calvi 2010: 17)

Esta gran variedad de géneros ya fue comentada por Bathia (2002), quien asemeja el mundo del discurso con una galaxia:

The real world of discourse may seem chaotic, because it is complex, dynamic and fluid, in the sense it is constantly developing. To me it is somewhat similar to what we see at night as the chaotic and yet systematic patterns in the galaxy. Like the stars in the galaxy, the genres exist in colonies (Bhatia, 1995, 1997a), and then colonies have systematic relationship with each other as one may find in the whole galaxy of the universe. (Bhatia 2002: 8)

También Bathia acuña el concepto de *colonias de géneros*, definido como “groupings of closely related genres serving broadly similar communicative purposes” (Bathia 2004: 59). Calvi se refiere a este concepto así:

Para este autor, las colonias comprenden géneros afines, con características comunes y utilizados en distintas comunidades discursivas; forman colonias, por ejemplo, los géneros académicos, los promocionales, los epistolares, los de la comunicación electrónica, etc. Bhatia habla también de géneros híbridos (*mixed or embedded genres*), es decir, géneros que combinan diferentes propósitos comunicativos (...). (Calvi 2010: 15)

Otra noción parecida es la de *sistema de géneros* de Bazerman (1994), que son conjuntos de géneros que los profesionales de un campo producen siguiendo patrones específicos. Estos géneros están interrelacionados y forman secuencias en las que cada género está determinado por los anteriores y determina a su vez los siguientes.

En definitiva, tal y como apunta Calvi (2010: 16), “es muy difícil que los géneros se presenten en estado puro; más bien, se combinan e interactúan entre ellos formando sistemas, colonias, cadenas, etc., con diferentes relaciones de interdependencia”. Por eso, el hibridismo suele ser la norma. De hecho, Calvi (2016: 24) afirma que las fronteras entre géneros no están claramente definidas en todos los casos.

Calvi (2011) sostiene lo siguiente:

Los géneros discursivos, a menudo, se identifican por su estructura prototípica, tanto por lo que se refiere al formato convencional y la distribución espacial de los contenidos (la *superestructura*, según Dijk 1983), que se apoya en elementos gráficos de vario tipo, como en el patrón organizacional, la estructura semántica (la *macroestructura*) y la sucesión de los movimientos retóricos (*moves*) que configuran el patrón genérico. (Calvi: 2011: 31-32)

A pesar de las dificultades por establecer una clasificación lógica de los géneros debido a la gran variabilidad de los productos y a la tendencia a la hibridación de estos,

hoy en día existen taxonomías de los géneros que ayudan a fijar determinados aspectos relacionados con la macro y microestructura textual.

### 3.2.1.2 Los géneros textuales en la comunicación turística

Gracias a las investigaciones de autores relevantes en el ámbito turístico<sup>70</sup> se ha podido determinar que el discurso del turismo forma parte de las *lenguas de especialidad*, ya que es “producto de la actividad comunicativa de una comunidad discursiva concreta” (Suau Jiménez 2012: 126) y posee unas características léxicos, sintácticos y textuales propias y diferentes de otras lenguas de especialidad y, por tanto, está alejado de la lengua general.

Ciapuscio y Kuguel (2002: 43) definen los textos especializados como “productos predominantemente verbales de registros comunicativos específicos, que se refieren a temáticas propias de un dominio de especialidad, y que responden a convenciones y tradiciones retóricas específicas”, y apuntan que “los textos especializados se realizan en clases textuales<sup>71</sup> específicas del discurso de especialidad”.

#### 3.2.1.2.1 Nacimiento y desarrollo de los géneros turísticos

El origen del turismo moderno está asociado con el desarrollo de un nuevo género textual: las primeras guías turísticas publicadas por el editor inglés John Murray y el alemán Karl Baedeker a partir de la década de 1830, que se proponían facilitar a las clases sociales emergentes todas las informaciones útiles para sus viajes. Es decir, los géneros turísticos nacieron y se desarrollaron para responder a la demanda de informaciones por parte de los turistas.

En particular, las guías alemanas se convirtieron en referencia obligada para los nuevos turistas, y el nombre de Baedeker en sinónimo de “guía de viaje”. Calvi (2016: 16) afirma que “las primeras guías pueden considerarse como textos fundadores del discurso del turismo”. Este nuevo género textual, la guía de viaje, va definiendo sus rasgos genéricos en una relación de interdiscursividad con otras clases textuales ya existentes como son los libros de viaje, los textos geográficos o los manuales prácticos para comerciantes y viajeros (*ibid.*: 17).

---

<sup>70</sup> Calvi (2006, 2010, 2011, 2016); Dann (1996), entre otros.

<sup>71</sup> Ciapuscio y Kuguel (2002: 43) afirman que el término *clase textual* se asocia conceptualmente con el concepto de género de Bajtin, empleado en Lingüística Textual para referirse a las clasificaciones de los textos que realizan intuitivamente los hablantes y que pueden describirse y sistematizarse con las herramientas teórico-metodológicas de la lingüística, con el fin de construir tipologías.

Por tanto, las primeras guías de viaje contienen rasgos de estos tres géneros preexistentes:

De los libros de geografía conserva la riqueza de saber enciclopédico, que selecciona de acuerdo con el planteamiento editorial; con los manuales para viajeros, comparte la inclusión de informaciones prácticas: ambos elementos – secciones descriptivas con contenidos disciplinares y consejos prácticos– están sistemáticamente presentes, aunque en combinaciones distintas. Asimismo, se incorporan materiales complementarios, tales como mapas, dibujos y fotografías. (Calvi 2016: 19)

Las primeras guías de viaje conjugaban estos elementos y respondían a los intereses intelectuales del público más culto, que demandaba conocimientos en diferentes facetas, al que asesoraban y le guiaban desde un punto de vista objetivo<sup>72</sup> (Calvi 2010: 18). En general, a pesar de que sí aportan mucha información (*ibid.*: 18), la principal función de las guías es la prescriptiva. El enunciador de las guías adoptaba “la identidad de experto de los lugares” (Calvi 2016: 19).

Con el paso de los años, junto a la guía de viaje se han redefinido los perfiles de los géneros turísticos y se han desarrollado otros géneros destinados a la descripción de lugares turísticos, como los folletos, los reportajes o los artículos publicados en revistas especializadas. En algunos casos se generan variedades textuales específicas (por ejemplo, guías de viaje y folletos) y, en otros, se importan géneros procedentes de otros ámbitos (por ejemplo, contratos y facturas).

#### **3.2.1.2.2 Funciones comunicativas de los géneros turísticos**

En su estudio, Calvi destaca las tres principales funciones presentes, en mayor o menor medida, en todos los géneros turísticos:

Se destacan así las tres principales funciones de los géneros turísticos: *informar*, satisfaciendo las necesidades prácticas y cognoscitivas; *instruir*, guiando los pasos del turista y proporcionándole elementos útiles para la toma de decisiones; y *persuadir*, tanto en el plano de la acción (visitar un lugar determinado, comprar un paquete de viaje, etc.) como, más en general, en el de las expectativas (con objetivos específicos como suscitar el deseo de viajar, difundir cierta concepción del turismo, etc.). (Calvi 2011: 35)

---

<sup>72</sup> Discutiremos esta cuestión en relación con nuestro material objeto de estudio más adelante.

Calvi recoge las características propias de la función informativa así:

La *función informativa* se realiza fundamentalmente como divulgación de contenidos procedentes de algunas áreas privilegiadas (arte, historia, cultura, gastronomía, etc.), además de otras propias de específicas modalidades de turismo (turismo termal, turismo religioso, turismo musical, etc.); la tipología textual dominante es la descripción, aunque no faltan secuencias narrativas, sobre todo en los reportajes. (Calvi 2011: 36-37)

Además, Calvi (2011: 37) sostiene que, dentro de la *descripción*, las guías turísticas son el género con mayor nivel de objetividad, aunque existen otras investigaciones que sostienen la idea de que la valoración subjetiva también tiene una importancia significativa en las guías, como lo demuestra el uso de modificadores, adjetivos y adverbios (Santulli 2007a, citado en Calvi 2011: 37).

Siguiendo a Calvi (2011: 37), en comunicación turística, la *función prescriptiva* “se realiza sobre todo en la forma atenuada de la recomendación o sugerencia, es decir, evitando las apelaciones directas y prefiriendo formas impersonales, verbos de recomendación, oraciones condicionales, etc.”. Asimismo, cabe diferenciar entre las *recomendaciones*, donde el destinatario tiene mayor libertad, y las *instrucciones*, en las que la libertad del destinatario está supeditada al logro del objetivo (*id.*).

En cuanto a la *función persuasiva*, en la lengua del turismo se despliegan diferentes recursos entre los que prima la valoración (*appraisal*) (Calvi 2011: 37), cuestión que trataremos más adelante en el apartado 3.2.2.

Siguiendo a Correyero Ruiz y Cal (2008: 21), “la información turística se redacta teniendo en cuenta la finalidad principal, que es ‘convencer, promover, persuadir’” mediante la presentación de pruebas, por lo que suele apelar a los sentimientos y a las sensaciones. Como consecuencia, en este tipo de comunicación, está en el punto de mira la persuasión del receptor, del que se espera que no sólo descodifique un mensaje, sino también que, como resultado de su lectura, tome una decisión, actúe y visite un destino turístico, es decir, que se convierta en el cliente. Además, dependiendo del género turístico, la implicación del receptor en el texto será menor (guías) o mayor (textos más promocionales) (Calvi 2006: 73).

En comunicación turística, el receptor se puede clasificar como *turista* o *viajero*. La figura del *turista* ha estado cargada tradicionalmente de connotaciones negativas, frente a la del *viajero*, que está vinculada con “la experiencia autónoma del viaje, la capacidad decisoria e interpretativa, y la originalidad de la mirada subjetiva” (Calvi 2011: 29).

### 3.2.1.2.3 Propuestas de clasificación de los géneros turísticos

Hoy en día, existen diferentes clasificaciones de los géneros profesionales en comunicación turística. A continuación, presentamos los trabajos fundamentales para el propósito concreto de esta tesis doctoral.

Suau Jiménez (2012: 125) afirma que dentro de la comunicación turística se pueden distinguir dos modalidades clave: la comunicación profesional entre distintos expertos del sector y la comunicación entre profesionales y usuarios. Esta última puede realizarse de forma directa a través de interacciones orales (conversaciones en agencias de viaje, hoteles, etc.) o de forma indirecta mediante interacciones escritas (guías, folletos, páginas web, etc.).

Por su parte, Dann (1996: 135-170) propone un modelo multidimensional que distribuye los géneros turísticos según su uso en las distintas etapas del proceso turístico: *pre-trip*, *on-trip*, *post-trip*, es decir, *antes*, *durante* y *después del viaje*, tal y como recoge Calvi (2011: 26-27) y resumimos aquí:

- etapa *pre-trip*: incluye los géneros promocionales relacionados con el marketing (por ejemplo, los folletos), los que generan los turoperadores (por ejemplo, catálogos), varios productos editoriales como las revistas, las guías (aunque en menor medida) y los géneros característicos del proceso de reserva (por ejemplo, seguros de viaje);
- etapa *on-trip*: esta fase está dominada por la guía, los géneros informativos *in situ* y las interacciones turistas-operadores (por ejemplo, guías de turismo);
- etapa *post-trip*: se compone de los géneros informales producidos por el turista moderno, es decir, sus testimonios sobre el viaje realizado.

Calvi (2010) sugiere que los modelos basados en el concepto de género son especialmente efectivos cuando se trata de analizar las propiedades de los textos turísticos, ya que permiten analizar los textos no sólo como productos, sino también en relación con el contexto sociocultural en el que fueron generados, lo que integra diferentes enfoques, y sitúa el evento comunicativo dentro de una práctica social, además,

los planteamientos basados en el concepto de género (*genre*) son los más adecuados para analizar las propiedades de los textos turísticos y su relación con el contexto sociocultural en el que son producidos, permitiendo así integrar la perspectiva lingüístico-formal con los enfoques pragmáticos, discursivos y



sociocríticos. En efecto, la noción de género ofrece un marco de análisis para los elementos lingüísticos y metadiscursivos, englobando las aportaciones tradicionales del análisis léxico y textual. Al mismo tiempo, permite situar el evento comunicativo dentro de una configuración de prácticas sociales, teniendo en cuenta las convenciones y las restricciones impuestas por el contexto, el estatus de los interlocutores, etc. (Calvi 2010: 11)

En su aportación de 2010, Calvi realiza un estudio sistemático de los géneros utilizados en el sector turístico. Para ello, profundiza en el concepto de género, lo aplica al ámbito turístico y esboza una clasificación jerarquizada de los géneros textuales producidos en este campo que refleja la complejidad de las relaciones profesionales implicadas y que muestra la gran variedad de géneros, a menudo híbridos.

Siguiendo a Calvi (2010: 18-19), las producciones textuales turísticas se pueden agrupar según las tres prácticas sociales en las que se generan y que resumimos a continuación:

- 1) reflexión teórica: incluye las producciones textuales que estudian el fenómeno del turismo (y sus características), que se lleva a cabo en distintos campos (economía, geografía, sociología, etc.) Es el nivel científico más alto, caracterizado por la interdisciplinariedad; las teorizaciones contribuyen a la acuñación de neologismos relativos a los aspectos tipológicos y motivacionales del turismo ( “turismo de masas”);
- 2) gestión (llevada a cabo por: agencias de viajes, hostelería y restauración, transportes, seguros, congresos y ferias): comprende una amplia gama de géneros textuales escritos (reservas, billetes, facturas, normativas, catálogos, etc.) y orales (interacciones entre expertos, interacciones entre operadores y público, etc.). En los géneros de esta práctica social se genera la mayor parte del léxico específico (“viaje combinado”, “hotel rural”, “vuelo chárter”, etc.);
- 3) descripción y promoción del destino turístico: contiene las formas textuales más peculiares; el léxico empleado, por el contrario, procede de otras áreas y disciplinas (geografía, historia, historia del arte, gastronomía, etc.). Destacan algunos usos especiales de esta terminología, como las recurrentes combinaciones entre adjetivos y sustantivos con valor ponderativo (“imponente castillo”, “cálidas aguas”, “espléndidas vistas”, etc.).

Calvi (2010: 16) afirma que, para clasificar los géneros de un determinado sector, es necesario contar con modelos multifuncionales y multidimensionales. Esta autora propone situar el género en un esquema jerarquizado que comprenda categorías superiores, como *macrogénero* y *supragénero*, e inferiores, como subgénero. Al respecto, Calvi hace referencia al sistema propuesto por García Izquierdo (2007, 2009) y el grupo de investigación GENTT para la creación de una enciclopedia de géneros jurídicos, científicos y económicos, con especial atención al ámbito de la traducción.

García Izquierdo dirige el grupo GENTT (Géneros Textuales para la Traducción)<sup>73</sup>, cuyo proyecto del mismo nombre estudia el potencial del concepto de género aplicado a la traducción para diseñar una arquitectura informática de explotación que permita conseguir mejoras en la traducción especializada en los ámbitos formativo y de la práctica profesional (Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004: 2). El proyecto se basa en un corpus, pensado como una herramienta de consulta textual, conceptual, terminológica y lingüística, es decir, se trata de una enciclopedia electrónica de géneros para la traducción en varios ámbitos (traducción técnica, traducción médica, traducción jurídica y traducción administrativa) y en cinco idiomas (inglés, francés, alemán, español y catalán) (*ibid.*: 2). En el marco de desarrollo del proyecto GENTT, se realiza una propuesta de clasificación de los géneros y se establecen diferentes niveles jerárquicos que presentamos en la siguiente tabla:

**Tabla 4. Propuesta de clasificación de los géneros de GENTT en Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 5)**

	Denominación	Criterios de identificación	Ejemplo en el ámbito técnico
Nivel 1	Familia de géneros	Finalidad comunicativa	Documentos de uso industrial
Nivel 2	Supragénero	Finalidad comunicativa, canal	Acta
Nivel 3	Género	Finalidad comunicativa, situación, participantes (emisor, receptor y otros participantes)	Acta de ensayo
Nivel 4	Subgénero	Complejidad o variación temática	Acta de ensayo de producto farmacéutico

---

<sup>73</sup> El grupo de investigación GENTT ([www.gentt.uji.es](http://www.gentt.uji.es)) se creó en el año 2000, en el Departamento de Traducción y Comunicación de la Universitat Jaume I y está financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia y Fondos FEDER. El grupo de investigación GENTT está dirigido por Isabel García Izquierdo, y abarca tres ámbitos de especialidad diferentes: jurídico, médico y técnico, cada uno de los cuales cuenta con un coordinador: Anabel Borja, Vicent Montalt y Silvia Gamero, respectivamente.

Según GENTT, existen cuatro niveles. El primer nivel es la *familia de géneros* que es el nivel máximo de abstracción y comprende un conjunto de textos con una finalidad comunicativa común dentro de un contexto socioprofesional específico. En este nivel, los rasgos lingüísticos compartidos son escasos.

El segundo nivel es el *supragénero*, que es una categoría abstracta que representa los rasgos mínimos comunes a los géneros que reúne, desde el punto de vista del propósito comunicativo y del canal. En este nivel, los rasgos lingüísticos compartidos comienzan a ser más abundantes, porque los textos poseen más factores extratextuales en común. Esta categoría se ha denominado también *macrogénero* e incluye una hibridación de diferentes géneros “fronterizos” de geometría compleja y difícil clasificación por sus múltiples lazos de interdependencia. El nivel macrogénero hace referencia a productos identificables por el emisor, el canal utilizado y la finalidad comunicativa.

El tercer nivel corresponde al *género*, cuyos criterios para identificarlos y definirlos se estructuran en torno a las dimensiones comunicativa y pragmática. En este tercer nivel es donde los rasgos de materialización lingüística del género empiezan a concretarse. Según GENTT, a partir del nivel de género tiene sentido el microanálisis y el estudio de las características internas de los textos con vistas a crear una herramienta de ayuda a la traducción (Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004: 6).

Por último, el cuarto nivel corresponde a lo que han denominado *subgénero*, que está determinado por el campo temático concreto en el que se aplica o la complejidad temática. Siguiendo a GENTT, es un nivel significativo para el análisis microlingüístico, pero no tiene la misma relevancia en todos los géneros (Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004: 6).

Como puede observarse, el grado de concreción de la finalidad comunicativa aumenta conforme se desciende de nivel. Este criterio de finalidad comunicativa es relevante únicamente en los tres primeros niveles: *familia de géneros*, *supragénero* y *género*.

El proyecto de investigación *Linguaturismo*<sup>74</sup>, del que forma parte Calvi, esbozó su propia clasificación de los géneros discursivos en la lengua del turismo basada en un criterio operativo y siguiendo de cerca el modelo propuesto por García Izquierdo y Monzó Nebot (2003)<sup>75</sup>, a saber: *familia de géneros, macrogénero, género y subgénero*.

El nivel superior está ocupado por las *familias de géneros*, que se definen por la comunidad profesional de origen, así como por sus objetivos principales. Citando a Calvi, las principales *familias de géneros* son:

Géneros editoriales (guías de viajes, revistas de viajes y turismo, etc.), que se elaboran principalmente en el mundo editorial y responden a la demanda de información del turista.

Géneros institucionales (folletos, anuncios de destinos turísticos, páginas web institucionales, etc.), originados en los organismos oficiales (gobiernos nacionales, comunidades autónomas, ayuntamientos, etc.), con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de un destino turístico.

Géneros comerciales (anuncios comerciales, catálogos de viajes, folletos de hoteles, páginas web de agencias, etc.), que se desarrollan en los departamentos de marketing de las agencias y otras empresas de turismo, destinados a promover la venta directa del producto turístico, conquistando la mente del consumidor.

Géneros organizativos (billetes, reservas, cartas, facturas, contratos, informes, etc.), propios de las agencias y otros sectores colindantes (hostelería, transportes, ferias, etc.), para sus relaciones internas y externas.

Géneros legales (normativas, reglamentos, etc.), pertenecientes al campo del derecho y encaminados a reglamentar las distintas facetas de las actividades turísticas.

Géneros científicos y académicos, utilizados en los sectores disciplinares que enfocan el fenómeno del turismo (artículos y libros de sociología, antropología del turismo, etc.).

Géneros informales (foros y *blogs* de viajeros), que comprenden el amplio caudal de textos en los que el turista mismo se transforma en experto y emisor del discurso turístico, con el propósito de intercambiar opiniones y expresar valoraciones. (Calvi 2010: 22-23)

---

<sup>74</sup> Proyecto de investigación interuniversitario de Interés Nacional financiado por el Ministerio de Educación italiano (PRIN 2007, prot. 2007ASKNML), sobre *Il linguaggio della comunicazione turistica spagnolo-italiano. Aspetti lessicali, pragmatici e interculturali*, en el que participan las Universidades de Milán (Maria Vittoria Calvi), Bolonia (Pilar Capanaga) y Trento (Elena Liverani).

<sup>75</sup> Calvi se basa en la clasificación de géneros sugerida por García Izquierdo (2007, 2009).

Dentro de la clasificación de GENTT, la categoría de *macrogénero* comprende

productos tangibles, identificables sobre todo por el emisor y el canal utilizado, así como por un propósito dominante, pero caracterizados por la hibridación de diferentes géneros, tipologías textuales, estilos, etc.; algunos de ellos son exclusivos de una familia de géneros, otros pertenecen a familias diferentes (Calvi 2010: 23).

Calvi (2010: 23-24) aporta los siguientes ejemplos de *macrogéneros*:

Guía de turismo: se trata de una publicación editorial en forma de libro u otro soporte que puede contener la guía descriptiva propiamente dicha, itinerarios de viaje, guías prácticas, etc., y elementos gráficos como mapas, dibujos, fotografías, etc.;

Folleto: es una publicación de distribución gratuita, en forma de cuadernillo o desplegable que también suele combinar partes descriptivas con otras secciones prácticas y elementos gráficos;

Revista de viajes y turismo: publicación que incluye artículos, reportajes, guías prácticas, anuncios, etc.;

Catálogo de viajes: son publicaciones con variados elementos gráficos y fotografías cuyo formato tradicional es el fascículo en papel (actualmente, también electrónico) que contienen programas de viaje, fichas de hoteles, normativas, etc.;

Páginas web: pueden estar confeccionadas por instituciones nacionales, autonómicas, municipales, etc., por organizaciones comerciales o comunidades de viajeros. Contienen guías descriptivas, guías prácticas, secciones reservadas a los profesionales (con foros, normativas, etc.), foros de viajeros, *blogs*, etc. Su pertenencia al ámbito institucional o comercial puede influir en la riqueza informativa, en el estilo, etc., aunque el propósito dominante suele ser promocional. (Calvi 2010: 23-24)

Calvi destaca la facilidad para definir las pautas propias de unos géneros turísticos (por ejemplo, el *programa de viaje*) y la dificultad para hacerlo con otros:

Más difícil resulta, en cambio, definir las pautas de otros géneros turísticos muy representativos, como guías y folletos promocionales, que se presentan en un sinfín de variantes, tanto por lo que se refiere al formato (libro, cuadernillo, desplegable, etc.). (Calvi 2011: 32)

Por este motivo, resulta recomendable describir las propiedades fundamentales de estos dos macrogéneros: la *guía de turismo* y el *folleto*.

En la *guía de turismo*, según Calvi (2011: 32-33) algunos elementos se mantienen relativamente estables, pero están sometidos a variaciones evolutivas. Esta *mudable estabilidad*, en palabras de Santulli (2007a: 83, citado en Calvi 2011: 33), se

basa en una serie de normas que están fuertemente condicionadas por factores contextuales e ideológicos. Citando a Calvi, los elementos imprescindibles de una guía de turismo son los siguientes:

1. una *presentación*, en la que se exponen los criterios compositivos y se esboza la fisonomía del tipo de turista al que se dirige el texto;
2. una serie de *secciones temáticas* (de tipo descriptivo o en la forma más dinámica y “narrativa”, secuencial, del itinerario), que proporcionan información y cumplen la función de evaluar la importancia y el interés de los atractivos que ofrece cada lugar (paisaje, monumentos, actividades, etc.);
3. un grupo de *secciones prácticas*, de naturaleza procedimental, que obedecen al propósito de facilitar los desplazamientos y las estancias del turista (transportes, documentos necesarios, hoteles, restaurantes, compras, etc.);
4. un aparato más o menos rico de *elementos icónicos*, que cumplen también funciones de apoyo (ilustración, visualización, ampliación informativa, etc.). (Calvi 2011: 33)

En cuanto al macrogénero folleto, Calvi (2011: 33) señala que “unos ingredientes análogos configuran la estructura de otros géneros como el folleto, que se caracteriza por la centralidad de la función persuasiva frente a la mayor amplitud informativa de la guía”. A diferencia de la guía, el folleto se caracteriza por su estilo promocional, muy cercano al lenguaje publicitario. La función dominante en los folletos es la persuasiva, mientras que en las guías sobresale la función informativa y prescriptiva, realizada normalmente de forma atenuada a través de sugerencias y recomendaciones (*ibid.*: 37).

Siguiendo con la clasificación de Calvi, en un nivel inferior a los *macrogéneros*, se sitúan los *géneros* propiamente dichos, que poseen rasgos lingüísticos distintivos y que también pueden encuadrarse dentro de un *macrogénero*. Algunos ejemplos de esta lista infinita son la guía descriptiva, la guía práctica, el reportaje, el itinerario o el anuncio (Calvi 2010: 25-26). Sin embargo, siguiendo a Calvi,

[e]stos mismos géneros, si bien se mira, son herederos de otras clases textuales preexistentes: la guía descriptiva y el itinerario mezclan módulos de los libros de geografía e historia del arte, y del relato de viajes; la guía práctica, más bien, está emparentada con los antiguos manuales para viajeros. De ahí que en la clasificación de los géneros turísticos del proyecto *Linguaturismo* se haya preferido utilizar la categoría de macrogénero para definir guías, folletos, revistas y páginas web. El macrogénero, además, actúa como molde que influye tanto en el patrón organizacional (mayor o menor extensión, tipología de los aparatos icónicos, etc.) como en el enfoque funcional (mayor o menor relevancia de las funciones persuasiva y prescriptiva) y, por consiguiente, en las categorías lingüísticas

dominantes. La modalidad apreciativa, por ejemplo, asume formas más explícitas dentro de los macrogéneros promocionales y más atenuadas cuando predomina la función prescriptiva. (Calvi 2011: 34)

Por último, encontramos los *subgéneros*, que se suelen definir mediante una especificación temática. Un ejemplo dentro de este grupo serían las guías de hoteles.

### 3.2.1.3 El concepto de género textual en la traducción especializada

En este subapartado pretendemos mostrar la utilidad del concepto de género para el estudio de la traducción especializada.

Suau Jiménez (2001) aplica el concepto de género a la traducción del discurso profesional. Esta autora propone un enfoque integrador de los conceptos de género y de registro que surge de la Lingüística Sistémico-Funcional (SFL, por sus siglas en inglés) de la escuela australiana de Sídney, cuyos principales postulados teóricos recogemos a continuación.

La Lingüística Sistémico-Funcional es una teoría del funcionamiento social del lenguaje, desarrollada por el lingüista australiano de origen británico M. A. K. Halliday, que inscribe el lenguaje dentro de una semiótica social, entendiéndolo como un sistema por el cual se crean y se intercambian significados. Esta corriente considera el texto como “a process of making meaning in context” (Halliday y Matthiessen 2014: 3), es decir, los textos son unidades de comunicación que se inscriben en un contexto situacional.

La Lingüística Sistémico-Funcional recibe este nombre porque supone que la estructura del lenguaje está condicionada por las funciones que cumple. El enfoque funcional se sostiene en la *teoría sistémica*, esto es, una teoría que plantea que el significado se realiza a través de las selecciones de los usuarios de una lengua. Para esta corriente el lenguaje no puede pensarse sino en contexto, los factores situacionales son determinantes y los sujetos hablantes son actores sociales inscritos en un contexto social.

Desde esta corriente sugieren que el *registro* (orden inferior) es una realización del género (orden superior) y que el *género* vendría determinado por el contexto sociocultural mientras que el registro por el contexto situacional. Además, sostienen que el género se realiza por medio del registro, el cual, a su vez, se realiza mediante el lenguaje, y que el registro es la variedad de lengua determinada, precisamente, por el contexto de situación y está compuesto por el *campo*, el *tenor* y el *modo*.

Por un lado, el análisis del género permite establecer para cada género textual unos patrones formales compuestos por funciones retóricas que varían según su propósito comunicativo.

Por otro, el concepto de registro, difundido por Halliday en 1978, y su división en las categorías de *campo*, *tenor* y *modo* permite un nivel de análisis distinto al del género y complementario según la Lingüística Sistémico-Funcional australiana, ya que estudia las realizaciones concretas de cada género:

- a) el campo o tema tratado: es la clase de acción social o tema que está teniendo lugar y que está generando el texto, incluyendo las intenciones o propósitos del hablante o escritor. Es por tanto el contenido o área de interés central a la situación. Existe un tercer factor que se ha de tener en cuenta y que está relacionado con las intenciones y propósitos del hablante o de los escritos: la ideología;
- b) el tenor: aporta información relevante acerca de la relación interpersonal o tipo de distancia entre emisor y comunidad discursiva a quién va dirigido el género. Es la relación entre los participantes en el acto comunicativo y su tipo de interacción; abarca el estatus y el rol de los participantes, sus actitudes, intenciones, relaciones sociales, etc.;
- c) el modo: es el medio usado como canal de comunicación, la manera en la cual el contenido es comunicado. En nuestro caso, la lengua escrita abre la posibilidad de un análisis lexicosemántico y gramatical del registro, estudiando sus niveles de tecnicidad léxico-semántica y las peculiaridades formales de su tejido léxico y sintáctico tales como colocaciones, giros o frases formularias.

Siguiendo a Suau Jiménez (2001), el contexto situacional determina qué selecciones se hacen en el sistema lingüístico. Esto nos permite hacer una predicción de éstas. Las categorías que permiten analizar este contexto situacional son el *campo*, el *tenor* y el *modo*, que, a su vez, son la aplicación de las tres macrofunciones del lenguaje en un contexto social de Halliday (1978):

- a) función ideacional: ámbito de los hechos y las ideas (*campo*);
- b) función interpersonal: ámbito de las relaciones entre emisor y receptor (*tenor*);
- c) función textual: ámbito en el cual se organiza la información (*modo*).



Estas tres macrofunciones afectan a todos los niveles del lenguaje, desde la semántica a la fonología, pasando por la lexicología y la morfosintaxis, en todos los cuales tienen su efecto las características situacionales que impone el registro.

Tal y como apunta Suau Jiménez, autores como Martin (1992a) o Reid (1987) consideran que un análisis basado únicamente en la teoría del registro sería insuficiente para explicar la relación texto/contexto, pues se centra básicamente en los rasgos lingüísticos contextuales de la situación y no del contexto más amplio, cultural o social. Así es como surge, en el seno de la escuela sistémica, la teoría del género, que se basa en el hecho de que todo comportamiento lingüístico tiene un propósito comunicativo y viene determinado por factores socioculturales.

El concepto de género nos permite aproximarnos a los textos desde una perspectiva especialmente útil en el caso de la traducción (Monzó Nebot 2002; Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004; Alcina Caudet 2005), puesto que

[d]esde el macroanálisis, puede contribuir a comprender mejor los actos comunicativos y el modo en que las culturas construyen los textos de acuerdo con determinados parámetros establecidos, en relación con la ideología, el registro y otros aspectos ligados a la cultura. Desde el microanálisis, ser capaz de utilizar y descifrar los códigos y las normas que rigen los géneros puede ser un poderoso instrumento que facilita la comprensión, la composición y la traducción de los textos que se generan en los diferentes ámbitos socioprofesionales (Trosborg, 1997: 8; Swales, 1990). (Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004: 2)

Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2) concretan la utilidad de recopilar, identificar, clasificar y describir los géneros, y desarrollan un proyecto basado en un estudio sistemático e integrador de los géneros que ayuda al traductor de textos especializados en distintos idiomas. Además, Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2) ofrecen tres posibilidades de estudio, que incluimos de forma sintética aquí:

- el estudio sistemático de los géneros: primer paso para adquirir *competencia de género* (que desarrollamos más adelante);
- el estudio contrastivo de los géneros: con el fin de conocer más sobre los géneros en diferentes lenguas, en tanto que están inscritos en diferentes culturas y, por tanto, con diferentes usos sociales y comunicativos;
- el estudio descriptivo de los géneros: con el fin de estabilizar los géneros del lenguaje especializado, ya que los géneros son dinámicos y, por tanto, susceptibles de cambio.

Concretamente, los estudios contrastivos de los géneros resultan de gran interés en traducción, ya que se ha demostrado que las comunidades presentan formas divergentes en estas maneras de representación y que los géneros varían de una cultura a otra (Monzó Nebot 2002: 26).

Tanto en Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2) como en García Izquierdo (2005: 123), se hace referencia a la noción de *competencia de género* como una competencia indispensable que debe poseer todo traductor y todo estudiante de traducción. Se trata de la capacidad del traductor para identificar las convenciones propias del género al que pertenece el texto original y saber utilizar las propias del género en la lengua y cultura de llegada (Hurtado Albir 2001: 492). Además, Monzó Nebot (2002) señala que el género se convierte en un medio de socialización para el traductor, quien convierte un texto discursivo en otro. En nuestra opinión, la *competencia de género* forma parte de la *competencia traductora*.

#### **3.2.1.4 Revisión crítica y aplicación práctica del concepto de género textual al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)**

Como hemos recogido a lo largo de este apartado, el concepto de género textual ha sido ampliamente estudiado en el campo de la traducción debido a su gran utilidad. En particular, resulta muy valioso durante la fase de análisis del texto original, ya que permite identificar el género al que pertenece el texto que se va a traducir, y, por lo tanto, determinar su contexto discursivo. Además, el concepto de género textual también es útil para resolver diversos problemas que puedan surgir durante el proceso de traducción.

Adoptar un acercamiento basado en el concepto de género permite definir los aspectos textuales y los contextuales que conforman los diferentes actos comunicativos (los textos). En otras palabras, nos permite realizar un análisis del contexto más amplio, cultural o social y relacionar los textos objeto de estudio con el contexto sociocultural en el que se originan, lo que implica ir más allá que otros enfoques basados en la idea de situación comunicativa y de registro (Halliday 1978). De esta manera, el análisis textual incorpora factores externos al texto como los socioculturales, tales como los aspectos socioculturales, que son relevantes tanto para la creación del texto como para su reconocimiento dentro de una determinada comunidad discursiva.

Uno de los fines de esta investigación es conocer más sobre la comunicación en el ámbito turístico entre 1928 y 1939, periodo en el que se publicaron y tradujeron los textos turísticos objeto de estudio. A través de un estudio descriptivo de nuestras publicaciones turísticas, perseguimos obtener un cuadro analítico detallado del patrón discursivo de cada texto y de su realización en los distintos niveles lingüísticos (Suau Jiménez 2001), con el fin de caracterizar los géneros profesionales propios de los inicios del turístico moderno en España (véase epígrafe 3.2.1.3).

Además, este enfoque nos proporcionará un marco de análisis para los elementos lingüísticos y metadiscursivos presentes en el texto, y nos permitirá contextualizar el evento comunicativo dentro de una práctica social más amplia (Calvi 2010), al relacionar las publicaciones con el contexto sociocultural en el que se originaron, concretamente, con el contexto histórico-turístico del periodo comprendido entre 1928 y 1939.

Asimismo, intentaremos esclarecer si los traductores encargados de las traducciones de las publicaciones poseían la *competencia de género*, tan necesaria en esta profesión y en la que nos detendremos en el apartado 3.2.1.3.

Como hemos desarrollado en el apartado 3.2.1.1, los rasgos culturales e ideológicos desempeñan un papel clave dentro del campo del turismo y todos los textos turísticos responden a una determinada concepción del mundo. Además, si entendemos los géneros como modos de conceptualizar la realidad en la memoria colectiva (Monzó Nebot 2002), un estudio de los géneros profesionales propios de los inicios del turístico moderno en España nos ayudará a entender cómo las instituciones turísticas españolas (el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo) de este periodo histórico conceptualizaban la realidad turística. La traducción de estos géneros turísticos también nos permitirá conocer cómo conceptualizaban la realidad turística la lengua alemana, la cultura alemana y la comunidad discursiva alemana de aquel periodo.

Por tanto, en primer lugar, con el fin de determinar el género turístico al que pertenecen nuestros textos objeto de estudio, analizaremos su estructura prototípica, su patrón organizacional, su macroestructura y los movimientos retóricos que contienen (Calvi 2011: 31-32) (véase epígrafe 3.2.1.1). En segundo lugar, siguiendo a Calvi (2011: 35), observaremos qué funciones propias de los géneros turísticos destacan más en nuestros textos: *informar*, *instruir* o *persuadir*; y comprobaremos si los actos persuasivos llegaron a contaminar los géneros supuestamente informativos en esa época (véase epígrafe 3.2.1.2.2). En tercer lugar, agruparemos los textos según las dos modalidades

en comunicación turística de Suau Jiménez (2012: 125) y según la clasificación de Dann (1996: 135-170) (véase epígrafe 3.2.1.2.1).

La propuesta de clasificación de géneros discursivos en la lengua del turismo de Calvi (2010) es el modelo que consideramos más conveniente para los fines de esta investigación y nos ayudará a describir nuestros géneros. Siguiendo a Calvi (2010: 17), somos conscientes de los lazos de interdependencia, el aspecto *híbrido* y la gran variabilidad de productos de los géneros (véase epígrafe 3.2.1.1) que nos vamos a encontrar en los géneros turísticos entre 1928 y 1939, por lo que no pretendemos establecer una clasificación definitiva. Además, sabemos de la dificultad que conlleva estudiar de forma retrospectiva producciones textuales de situaciones comunicativas pasadas con conceptos del presente, por lo que intuimos que tendremos que adaptar los conceptos y las clasificaciones de géneros textuales aquí expuestos (sobre todo la de Calvi 2010) a nuestro material objeto de estudio.

Tal y como hemos recogido en el apartado 3.2.1.2.1, los perfiles de los géneros turísticos se han ido redefiniendo con el tiempo, se han creado géneros turísticos nuevos que antes no existían (por ejemplo, la página *web*) y otros han quedado obsoletos (por ejemplo, los catálogos de viajes en papel). Es decir, debemos tener en cuenta que el turismo es una actividad profesional y social que se encuentra en constante evolución y transformación (Calvi 2011: 41).

Comprobaremos si las tesis de Calvi (2010, 2011), sobre los *macrogéneros guía de turismo* y *folleto*, y de Calvi (2016), sobre las primeras guías publicadas, se cumplen y si nuestro material comparte alguna de las características mencionadas (véase epígrafe 3.2.1.2.3). Estudiaremos si se confirma también la tesis de Calvi (2010: 18) acerca de la *objetividad* de las (primeras) guías turísticas (véase epígrafe 3.2.1.2.1) o si nuestros resultados concuerdan más con la teoría de Santulli (2007a), quien sugiere la primacía de la valoración subjetiva en las guías (véase epígrafe 3.2.1.2.2).

Como hemos mencionado anteriormente, buena parte de los géneros turísticos cumplen una función marcadamente persuasiva, orientando al turista y guiándole de cerca. Es decir, la persuasión es una de las funciones más importantes en el discurso turístico y, por ello, cobra especial relevancia la función interpersonal emisor-receptor. En el ámbito turístico, el receptor es también un cliente potencial, por lo que le llamaremos *lector-visitante* o *lector-turista*. Por este motivo, es necesario adoptar enfoques lingüísticos basados en el análisis del *tenor* (Suau Jiménez 2001). En el caso de los géneros discursivos dentro del ámbito del turismo nos interesa estudiar la

macrofunción interpersonal (Halliday 1978), es decir, el uso de la lengua para interactuar con otros, las relaciones entre el emisor y el lector-visitante/turista y el grado de distancia entre el emisor y el lector-visitante/turista (véase epígrafe 3.2.1.3).

Si aplicamos estos conceptos a nuestro material objeto de estudio, analizaremos cómo se expresaba la función persuasiva en nuestros textos y cómo eran relaciones entre las instituciones turísticas españolas que publicaron los textos origen y sus traducciones (el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo) y los lectores y potenciales visitantes/turistas (españoles y alemanes).

### **3.2.2 La Teoría de la Valoración como propuesta de raíz sistémico-funcional aplicada a la traducción especializada y a la investigación en traducción**

En este apartado presentamos el segundo acercamiento lingüístico seleccionado para estudiar las publicaciones turísticas en el nivel textual. Se trata de la Teoría de la Valoración<sup>76</sup> o *Appraisal Theory*, propuesta por Martin y White (2005)<sup>77</sup>, una herramienta que nos permite localizar indicios lingüísticos relativos a la expresión de la valoración e identificar las intervenciones de los diferentes agentes en los textos.

En primer lugar, introducimos los conceptos básicos de este enfoque lingüístico. En segundo lugar, presentamos los tres dominios semánticos en los que se clasifican los recursos evaluativos: la *actitud*, el *compromiso* y la *graduación*. En tercer lugar, revisamos otra característica interpersonal que nos ayuda a analizar más en detalle los textos: la posición deíctica. En cuarto lugar, destacamos la importancia que otorga este acercamiento lingüístico al futuro lector. Más adelante, repasamos el concepto de *patrón valorativo*. Finalmente, examinamos la utilidad de la Teoría de la Valoración en la traducción especializada y sugerimos su aplicación al análisis discursivo-traductológico del material objeto de estudio en esta tesis doctoral.

---

<sup>76</sup> La mayor parte de la bibliografía que trata sobre la Teoría de la Valoración está escrita en lengua inglesa. Durante el desarrollo de esta tesis doctoral, se ha hecho un esfuerzo por resumir y representar los principales conceptos de la teoría en español. En algunas ocasiones, no existían traducciones previas al español de ciertos términos, por lo que hemos optado por nuestra propia traducción al español y mantener entre paréntesis los equivalentes en inglés. En otros casos, hemos adoptado la terminología en español sugerida en Kaplan (2004) y en Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

<sup>77</sup> Véase también White (2011, 2015).

### 3.2.2.1 Conceptos básicos sobre la Teoría de la Valoración

De aquí en adelante, revisamos los conceptos que consideramos necesarios para comprender este enfoque. Para ello, hemos revisado las siguientes contribuciones: Martin (2000, 2011), White (2001, 2011, 2015), White y Ghio (2000), Kaplan (2004), Munday (2012) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017). El pilar teórico en el que nos apoyamos es la obra escrita en inglés, *The Language of Evaluation* (2005), de Martin y White.

La Teoría de la Valoración se desarrolla a partir del trabajo en investigación en educación iniciado en los años 90 en el Departamento de Lingüística de la Universidad de Sidney, dirigido por el Profesor J.R. Martin. El proyecto *Write it Right*, además de investigar las exigencias en lectura y escritura que se producían en educación secundaria en las disciplinas de Ciencias, Matemáticas, Inglés, Historia y Geografía, exploró los géneros usados en las industrias científicas, en los medios de comunicación y en la administración pública. Una de las conclusiones a la que llegaron los investigadores es que era necesario comprender mejor la semántica interpersonal, es decir, se requería profundizar en el modelo del *tenor*.

Los fundamentos de esta teoría se encuentran en la Lingüística Sistémico-Funcional (Halliday 1994), que hemos tratado anteriormente, y en las nociones de dialogismo (aspecto inherente al lenguaje), heteroglosia, polifonía e intertextualidad del crítico y teórico ruso Batjín (1981, 1982). Según la propuesta bajtiniana, todo texto es un diálogo con textos previos o simultáneos. Así, en el texto están presentes diferentes voces discursivas. En este sentido, el enunciado es clave, ya que es el lugar de intercambio verbal y se fundamenta en una polifonía de discursos o fragmentos de discursos previos. Según Bajtín, la diferencia de las oraciones, los enunciados siempre poseen un emisor y un receptor real, potencial o imaginario, y pueden ser respuestas a otros enunciados anteriores o anticipaciones a posibles réplicas futuras.

Tal y como explican White y Ghio (2000: 1), la Teoría de la Valoración se ocupa de “los recursos lingüísticos por medio de los cuales los textos/hablantes llegan a expresar, negociar y naturalizar determinadas posiciones intersubjetivas y, en última instancia, ideológicas”. En la negociación que ocurre en estos diálogos desempeñan un papel fundamental las emociones, los juicios y los valores de los interlocutores. Siguiendo a Munday (2012: 12), el lenguaje valorativo es de alguna forma el punto de

encuentro entre conceptos como la *ideología* (ideas y creencias) y la *axiología* (valores). Esto es, sin duda, uno de los aspectos más interesantes para nuestra investigación.

Además, el lenguaje valorativo está relacionado también con *lo social*. Suau Jiménez (2012) apunta que algunas aproximaciones recientes al análisis del discurso han introducido el concepto de *constructo social* de Fairclough (1992, 1995), sugiriendo que los textos son parte de acontecimientos sociales o, según Suau Jiménez (2012: 129), “la forma lingüística en la cual la gente actúa e interactúa socialmente”. Suau Jiménez afirma que en este acontecimiento social tanto el emisor como el receptor son *agentes sociales* cuyas acciones “están socialmente delimitadas o constreñidas” (*ibid.*: 129).

El sistema semántico-discursivo de la valoración tiene que ver con la manera en que

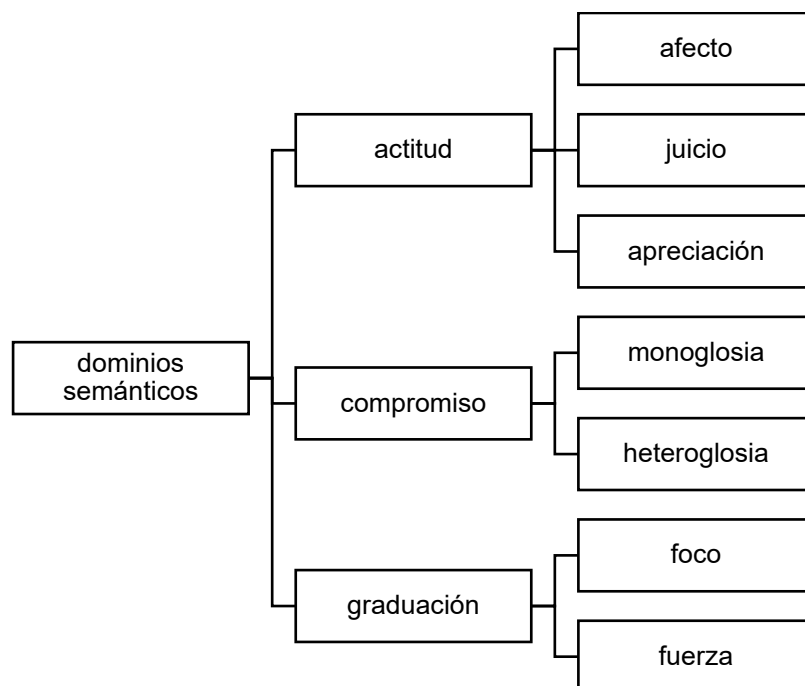
writers/speakers construe for themselves particular authorial identities or personae, with how they align or disalign themselves with actual or potential respondents, and with how they construct for their texts an intended or ideal audience. (Martin y White 2005: 1)

El sistema de la valoración es un recurso que está al servicio de la realización de la variable *tenor* dentro del registro, junto con otras dos variables: *poder* y *solidaridad* (Martin y White 2005: 29-31, 34). El tenor “refers to who is taking part, to the nature of the communicative participants, their statuses and roles” (Halliday 1985: 9-12, citado en Martin y White 2005: 29).

Para esta teoría, el uso valorativo del lenguaje tiene como función establecer un posicionamiento actitudinal y un posicionamiento dialógico (dentro de este último se encuentra el posicionamiento intertextual) (Kaplan 2004: 59). El posicionamiento actitudinal (ideológico) puede ser emocional, ético o estético y es el que adoptan los emisores al indicar su valoración positiva o negativa de personas, lugares, objetos, hechos y circunstancias. El posicionamiento dialógico tiene que ver con la negociación de significados entre los emisores y receptores reales y potenciales o imaginarios. Todos los enunciados y textos toman en consideración tanto enunciados o textos anteriores (reaccionando ante ellos) como posteriores (anticipando la respuesta de lectores reales, potenciales o imaginarios) (Batjín 1981, 1982). En cuanto al posicionamiento intertextual, este tiene lugar cuando el emisor decide citar o hacer referencia a las palabras o pensamientos de otros (proposiciones provenientes de fuentes externas).

La Teoría de la Valoración clasifica los recursos evaluativos en tres grandes dominios semánticos: la *actitud*, el *compromiso* y la *graduación*<sup>78</sup>, que resumimos en la siguiente figura:

**Figura 1. Resumen del sistema de la valoración<sup>79</sup>**



Dicho esto, y antes de continuar con el desarrollo del sistema de la *actitud*, la Teoría de la Valoración se revela como una valiosa herramienta teórica y analítica que proporciona un marco para:

(i) entender cómo el uso de diferentes recursos evaluativos puede variar según los géneros, los registros o los estilos individuales; (ii) descubrir los supuestos ideológicos subyacentes, muchas veces implícitos, que motivan los textos; (iii) desvelar estrategias retóricas mediante las cuales las posturas ideológicas se transforman en naturales; (iv) explicar la forma en la que los textos se construyen para sí mismos un tipo de interlocutor o lector que puede ser tanto “ideal” y complaciente, como “no-ideal” o resistente; (v) entender por qué algunos textos pueden interpretarse como ambivalentes, ambiguos o inconscientes desde el punto de vista evaluativo; y (vi) comprender cómo los patrones de uso de diferentes recursos evaluativos en un texto contribuyen a estructurarlo como unidad discursiva. (Kaplan 2004: 54-55)

---

<sup>78</sup> Los términos españoles de los subsistemas los tomamos de White y Ghio (2000).

<sup>79</sup> Tal y como advierte Kaplan (2004: 60-61), “todas las distinciones realizadas en el sistema de actitud corresponden al esquema de valores propios de la cultura occidental” por lo que “no pueden ser aplicadas automáticamente a discursos que provienen de otras culturas”.



### 3.2.2.2 Los dominios semánticos en la Teoría de la Valoración

#### 3.2.2.2.1 El sistema de la actitud

El dominio semántico de la actitud recoge los enunciados mediante los cuales la voz autorial transmite una evaluación positiva o negativa sobre personas, lugares, objetos, hechos y circunstancias. Estos pueden estar relacionados tanto con respuestas emocionales como con sistemas de valores culturalmente determinados

Este sistema se subdivide a su vez en tres categorías: *afecto*, *juicio* y *apreciación*. A continuación, nos detenemos en cada una de ellas y aportamos ejemplos representativos de las mismas.

El **afecto** es la caracterización de los fenómenos en relación con la emoción y las reacciones emocionales. Puede expresarse como una (a) cualidad, un atributo, una circunstancia, (b) un proceso o (c) un comentario. La realización léxico-gramatical del afecto puede darse a través verbos de emoción, adverbios, adjetivos y nominalizaciones. La función retórica más evidente de las expresiones de afecto correspondientes a la primera persona (*afecto autorial*) es indicar una posición actitudinal hacia lo que desencadena la emoción y que el interlocutor simpatice con la reacción emocional. En el *afecto no autorial* se describen las emociones de otros individuos o grupos humanos, y no las del autor del texto. En este caso el evaluador atribuido actúa como un sustituto del autor. Además, cuando los emisores atribuyen alguna emoción a un actor social (tipo social generalizado, no un individuo), se espera que esto suscite una respuesta favorable o desfavorable hacia éste, lo que conlleva la legitimación de la posición del tipo social que representa (Kaplan 2004: 63).

Las categorías correspondientes a la expresión del afecto se resumen en la Tabla 5, que incluye también ejemplos representativos de dichas categorías para facilitar su comprensión.

**Tabla 5. Las realizaciones de la expresión del afecto: ejemplos representativos<sup>80</sup>**

Categoría	Ejemplos de signo positivo	Ejemplos de signo negativo
felicidad/infelicidad	feliz, alegre, entusiasmado/a, gustar, adorar	triste, melancólico/a, deprimido/a
seguridad/inseguridad	seguro/a, tranquilo/a, confiado/a	preocupado/a, inseguro/a, intranquilo/a
satisfacción/insatisfacción	interesado/a, absorto/a, satisfecho/a	cansado/a, aburrido/a, enfadado/a

---

<sup>80</sup> Tabla adaptada de Martin y White (2005: 56) y Kaplan (2004: 64).

El **juicio** es la evaluación del comportamiento humano en relación con las normas sociales institucionalizadas y hace referencia a la evaluación moral de la conducta. Las expresiones de juicio pueden fundamentarse sobre los ejes de la estima social (admiración o crítica sin implicaciones legales) o de la sanción social (alabanza o condena que puede tener implicaciones legales). Las expresiones de juicio están constreñidas por la situación cultural e ideológica particular en la que se realizan. En otras palabras, la manera en la que los individuos evalúan la moralidad o la legalidad de la conducta humana está siempre determinada por la cultura en la que viven, así como por sus propias experiencias y creencias individuales. En definitiva, un mismo suceso será valorado con juicios de diferente naturaleza, según la posición ideológica de su emisor.

La realización léxico-gramatical del juicio puede darse a través de adverbios, atributos y epítetos, sustantivos y verbos, pero, en muchas ocasiones, la evaluación del juicio puede permanecer implícita, o ser evocada de manera más indirecta mediante los *tokens* de juicio. Kaplan aporta un ejemplo al respecto:

Por ejemplo, si un periodista escribe que el gobierno no creó las bases para un crecimiento económico sostenido, no está acusándolo explícitamente de incompetente, pero este comentario tiene el potencial de evocar evaluaciones de incompetencia en los lectores que compartan una visión particular de la economía y del papel que juega el gobierno en ella. (Kaplan 2004: 65)

Las categorías correspondientes a la expresión del juicio y algunos ejemplos representativos de las mismas se recogen en la Tabla 6.

**Tabla 6. Las realizaciones de la expresión juicio: ejemplos representativos<sup>81</sup>**

Categoría	Subcategoría	Ejemplos de signo positivo	Ejemplos de signo negativo
estima social	normalidad	normal, afortunado/a, moderno/a	extraño/a, raro/a, desafortunado/a
	capacidad	habilitado/a, inteligente, fuerte	inhábil, lento/a, débil
	tenacidad	heroico/a, valiente, infatigable	cobarde, distraído/a, perezoso
sanción social	veracidad	sincero/a, honesto/a, genuino/a	deshonesto/a, mentiroso/a, manipulador/a
	integridad moral	moral, bondadoso/a, justo/a	inmoral, corrupto/a, avaricioso/a

La **apreciación** tiene que ver con la evaluación de objetos, procesos y entidades en relación con principios estéticos y otros sistemas de valor social. La evaluación se realiza en función de nuestra reacción hacia los objetos y procesos, hacia su

---

<sup>81</sup> Tabla adaptada de Martin y White (2005: 56) y Kaplan (2004: 64). Además, los ejemplos de expresiones de juicio incluidos en estas tablas son valores determinados por su posición en el texto.

composición o hacia su valor social. La realización léxico-gramatical de la apreciación puede darse a través atributos y epítetos, sustantivos y verbos.

Las categorías correspondientes a la expresión de la apreciación y algunos ejemplos representativos de las mismas se pueden observar en la Tabla 7.

**Tabla 7. Las realizaciones de la expresión de la apreciación: ejemplos representativos**<sup>82</sup>

Categoría	Ejemplos de signo positivo	Ejemplos de signo negativo
reacción	cautivador/a, llamativo/a, hermoso/a	aburrido/a, repugnante, monótono/a
composición	simétrico/a, simple, elegante	desproporcionado, asimétrico, impreciso
valor social	único/a, original, genuino/a	superficial, insignificante, común

Entre las tres categorías del sistema de la actitud (afecto, juicio y apreciación) existen algunas relaciones. Tanto la apreciación como el juicio están orientados hacia la entidad evaluada y no hacia el sujeto evaluador (como sí puede hacerlo el afecto) y están menos personalizados que el afecto (Kaplan 2004: 67). Además, según White (2004), la categoría del afecto puede considerarse el sistema actitudinal básico, mientras que el juicio y la apreciación son formas institucionalizadas de las emociones, según la ética y moralidad (juicio) o la estética y valores sociales (apreciación).

Asimismo, las expresiones de actitud pueden ser directas (o explícitas) o indirectas (o implícitas). Las expresiones directas de actitud transmiten un sentido positivo o negativo de manera más obvia y explícita y suelen realizarse a través de epítetos abiertamente evaluativos (Martin y White 2005: 61). Este tipo de valoraciones son fácilmente identificables.

Por el contrario, las expresiones de actitud indirectas son las más difíciles de identificar y de analizar, y se realizan a través de *tokens* actitudinales. El criterio de selección de las expresiones indirectas de actitud es en buena parte subjetivo y se fundamenta en el contexto que rodea a las valoraciones. Además, dependen del sistema de creencias y expectativas del lector a la hora de interpretar el texto y pueden dividirse en dos subcategorías: *evocadas* o *provocadas*.

Las expresiones indirectas *evocadas* de actitud causan una reacción positiva no por las cualidades actitudinales inherentemente positivas, sino porque sitúan en primer plano el material o la información ideacional. La actitud indirecta evocada se insinúa en el texto disfrazando una representación del mundo real y se suele emplear para

---

<sup>82</sup> Tabla adaptada de Martin y White (2005: 56) y Kaplan (2004: 64).

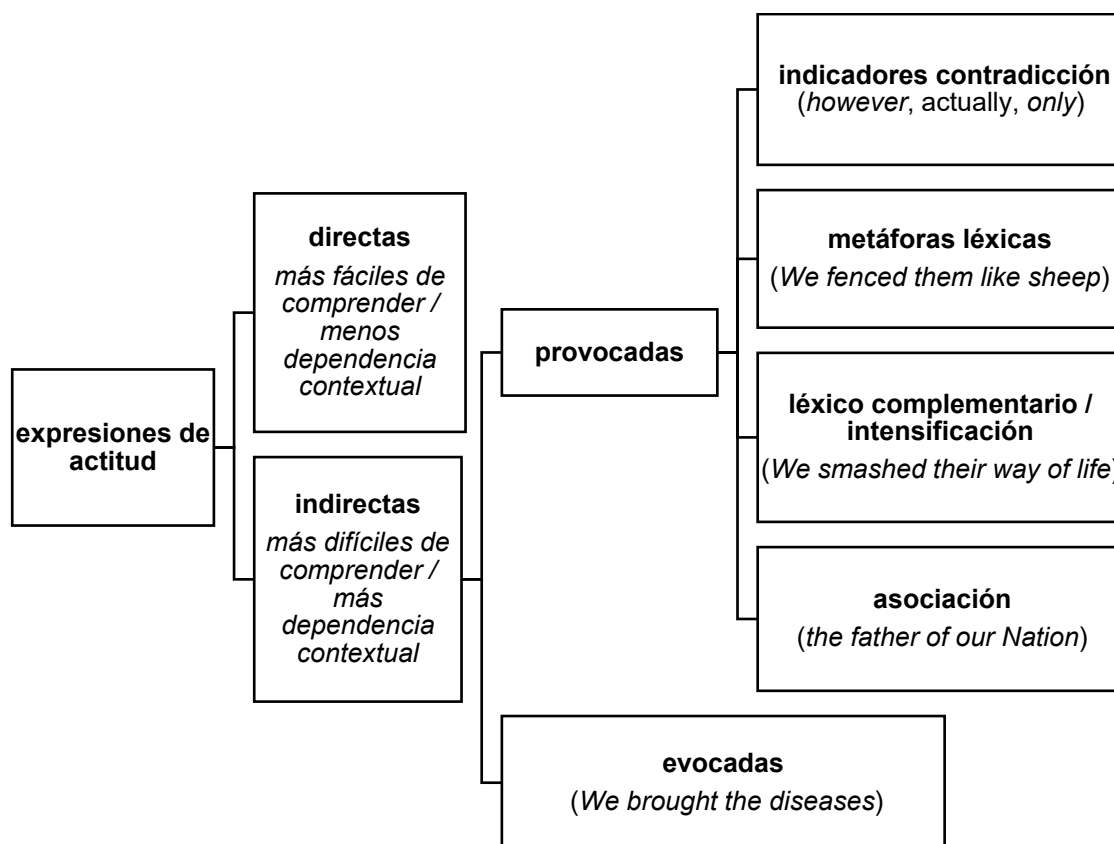
manipular al lector. Estas valoraciones se basan en que el autor y el futuro lector compartan los mismos valores, normas u opiniones, o al menos así lo presupone el autor. Munday (2012) aporta el ejemplo de la palabra “comunista”, que puede interpretarse como una expresión de signo positivo o negativo dependiendo de la ideología del lector.

Munday (2012: 64) sugiere otro tipo de actitud indirecta evocada más sutil: la que implica una *asociación contextual* para su correcta comprensión y se realiza a través de *tokens* que, de otro modo, serían neutrales. El signo de este tipo de expresiones de actitud depende del contexto comunicativo y de la perspectiva, ya que son valoraciones totalmente subjetivas. A veces los investigadores recurren al análisis de corpus más extensos y contextos más amplios que les permitan identificar la prosodia semántica general. En su propuesta, Munday incluye en esta categoría referencias a la historia y conmemoraciones pasadas que no se citan directamente, pero a las que la voz autorial remite por asociación, y aporta diferentes ejemplos: *Normandy* hace referencia al desembarco de los aliados en Francia durante la Segunda Guerra Mundial o *the father of the Nation* hace referencia a Washington (Munday 2012: 64). Munday también hace referencia al uso del adjetivo *old* (viejo) como asociación de signo positivo, ya que en estos casos este adjetivo no se emplea negativamente, sino que hace referencia a algo valioso por su antigüedad y es una expresión directa de la apreciación (*ibid.*: 78).

Las expresiones indirectas *provocadas* de actitud causan respuestas positivas o negativas a través de formulaciones que, de otro modo, no son valorativas. La actitud provocada no depende tanto del contexto y se sitúa entre la actitud directa y la evocada (vinculada al contexto). Se realiza frecuentemente a través de indicadores de contradicción (*however, actually, etc.*), léxico complementario / intensificación y metáforas léxicas. Los indicadores de contradicción (*however, actually, etc.*) formarían parte de una categoría híbrida, puesto que pertenecen tanto a al sistema de la actitud y como el de la heteroglosia, y constituyen una clara intervención del autor en el texto.

Munday (2012: 30) complementa la clasificación de expresiones de actitud indirectas para la lengua inglesa sugerida por Martin y White (2005: 67). En la siguiente figura mostramos los diferentes tipos de expresiones directas e indirectas de actitud y el grado de dificultad que implica comprender cada tipo de expresión actitudinal:

Figura 2. Expresiones directas e indirectas de actitud<sup>83</sup>



### 3.2.2.2 El sistema del compromiso y las relaciones de alineación escritor-lector

El dominio semántico del compromiso<sup>84</sup> incluye los recursos lingüísticos que emplea la voz autorial para posicionarse con respecto a los valores presentes en el texto y a otras voces.

Aunque algunos autores han estudiado la incorporación de voces en el discurso (Hyland, 2000; Swales, 1990), Martin y White ampliaron el análisis al nivel discursivo-semántico al agrupar dentro del sistema de compromiso los recursos léxico-gramaticales previamente descritos por la Lingüística Sistémico Funcional. La realización léxico-gramatical del compromiso en inglés puede darse a través de los recursos de modalidad, polaridad, concesión, proyección, atribución, evidencialidad,

<sup>83</sup> Figura adaptada a partir de Martin y White (2005: 67) y Munday (2012: 30).

<sup>84</sup> Véase desarrollo del sistema del compromiso (*engagement*) y ejemplos adicionales en Martin y White (2005) y White (2011, 2015).

intensificación y consecutividad. Por este motivo, “el compromiso ha sido tomado como base conceptual en estudios orientados al análisis de las relaciones de alineamiento ideológico y de construcción de identidad autorial”, tal y como apuntan Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017: 54).

Así, según la posición de la voz autorial, el texto puede tener carácter monoglósico o heteroglósico (v. Tabla 8).

La **monoglosia**<sup>85</sup> se refiere a aquellas afirmaciones realizadas por los escritores o hablantes que no sugieren relación con otros puntos de vista. Es decir, en estos casos, la voz autorial ignora la diversidad de voces presentes en todo acto comunicativo y presenta su voz de manera independiente, autorizada y categórica. Si bien hemos recogido el dialogismo inherente al lenguaje propuesto por Bajtin (1981), la monoglosia representa un grado nulo de reconocimiento de (la existencia de) otras voces.

Por el contrario, en la **heteroglosia**, la voz autorial sí negocia su posición con respecto a otras voces y posturas alternativas que participan en el texto.

Martin y White (2005) señalan su interés por conocer más sobre el grado del compromiso de la voz autorial con respecto a otras voces anteriores (o posteriores). Así, dependiendo de lo cerrada o abierta a otras voces que esté la voz autorial en esa negociación, la heteroglosia podrá moverse en una escala que va de muy contractiva (*negación*) a más expansiva (*distancia*).

En las heteroglosias *contractivas* (*dialogic contraction*), la voz autorial cierra el espacio dialogístico a posiciones alternativas y toma su posición como la única acertada, mientras que, en las *expansivas* (*dialogic expansion*), la voz autorial abre el espacio dialogístico.

Martin y White (2005) ofrecen una clasificación los recursos léxico-gramaticales en lengua inglesa que expresan compromiso heteroglósico. En la Tabla 8 observamos las heteroglosias junto con algunas realizaciones léxico-gramaticales representativas en español.

---

<sup>85</sup> La monoglosia puede ser de dos tipos. La monoglosia justificada suele venir acompañada de enunciados igualmente monoglósicos que sustentan el punto de vista, el autor siente la necesidad de proporcionar una justificación y en la monoglosia no justificada el autor da por sentada su afirmación de manera categórica, presentándola como una verdad acabada o naturalizada (cf. Guerra Lyons y Herrera Bonilla 2017).

Tabla 8. Las realizaciones léxico-gramaticales del compromiso heteroglósico: ejemplos representativos en español<sup>86</sup>

heteroglosia	contracción	rechazo	<b>negación</b> <i>no, nunca</i>	
			<b>contradicción</b> <i>pero, aunque, sorprendentemente, incluso, solo, tan solo</i>	
		declaración	<b>acuerdo:</b>  <b>- afirmación</b> <i>naturalmente, claramente, por supuesto, obviamente, no sorprende que</i> (alguna pregunta retórica)  <b>- concesión</b> <i>seguramente, cierto es que/ciertamente, si bien es cierto que...</i>	<b>concesión-contradicción</b>  <i>claramente..., aunque....</i>
			<b>pronunciamiento</b> <i>sostengo que, puede afirmarse que, tienes que estar de acuerdo en que, no cabe duda de que, realmente/de verdad, estoy seguro de que</i>	
	expansión	consideración	<b>refuerzo</b> <i>el informe/X demuestra/muestra/prueba que</i>	
			<b>alta/media/baja</b> <i>quizás/tal vez, es probable/posible que, parece que, se supone que, puede, podría, probablemente</i>	
		atribución	<b>reconocimiento</b> <i>según X, X dice, X cree que, siguiendo a X</i>	
			<b>distancia</b> <i>X asegura/sostiene que, se rumorea que, X dice haber, la supuesta X</i>	

<sup>86</sup> Esquema adaptado de Martín y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

A continuación, revisamos en detalle las categorías y subcategorías pertenecientes al sistema de compromiso. Siguiendo a Martin y White (2005), los recursos de la contracción dialógica se dividen a su vez en las siguientes subcategorías:

- i. *rechazo (deny)*: la voz autorial rechaza cualquier posición contraria a la suya. Se trata del menor grado de apertura heteroglósica observable en el discurso. El rechazo se presenta como:
  - a. *negación (negation)*: su uso hace pensar que el autor reconoce otra voz (fenómeno intertextual) y que anticipa que parte de los lectores estará alineado con una voz contraria al enunciado. Al usar este tipo de heteroglosia el autor busca que los lectores se alineen con su posición en contra de una tercera voz;
  - b. *contradicción (counter)*: su uso establece una expectativa contraria a lo que comúnmente se piensa o espera. El autor establece una relación de solidaridad con el lector imaginario, quien posee unos valores, creencias o expectativas que, al igual que las suyas, no son reafirmadas por el enunciado. A veces le precede una *concesión*, tal y como indicamos más adelante;
- ii. *declaración (proclaim)*: es otro tipo de contracción en la que la voz autorial resalta la legitimidad de una voz en particular y desea señalar lo fuertemente involucrada que está con los puntos de vista que emite, lo que reduce el rango de alternativas dialogísticas. En las declaraciones, la voz autorial invierte mucho en la posición valorada y esto incrementa en el lector el “riesgo” interpersonal de sostener una posición opuesta. La declaración presenta tres subtipos:
  - a. *acuerdo (concur)*: la voz autorial asume que el lector se alinearán con su posición, la cual propone como una verdad de sentido común o hechos naturalmente lógicos. El acuerdo tiene dos modalidades:
    - i. *afirmación (affirm)*: la voz autorial se alinea totalmente con el lector y excluye de forma implícita posiciones diferentes;
    - ii. *concesión (concede)*: la voz autorial otorga validez a una voz contraria, pero de una forma reticente, y le suele seguir una *contradicción* de la misma. La voz autorial anticipa una voz contraria (un futuro lector resistente) en el texto con el fin de alinear al lector hacia su posición. La voz autorial prevé un cierto desacuerdo del lector (al menos inicialmente) En bibliografía, este



tipo de movimientos se llaman concesiones. La voz autorial de un paso atrás (valor negativo) para, a continuación, afirmar su posición (valor positivo);

- b. *pronunciamento* (*pronounce*): la voz autorial afirma de forma categórica y autoritaria, descartando voces contrarias. Siguiendo a Martin y White (2005: 127), los pronunciamentos son formulaciones que denotan una implicación o una intervención explícita de la voz autorial en el texto. Se trata de una forma de insistir o enfatizar que implica a su vez la presencia de cierta resistencia, duda o reto que la voz autorial ha de vencer (*ibid.*: 128). La voz autorial prevé cierto tipo de resistencia por parte del lector. Solo es necesario insistir cuando hay se espera que el lector tenga un punto de vista opuesto, si no, es redundante. Esto supone un alineamiento con el lector. En inglés se usa *really* o *indeed* (*ibid.*: 127);
- c. *refuerzo* (*endorse*): la voz autorial presenta una afirmación de una fuente externa (una autoridad) como irrefutable, lo que refuerza de forma implícita su propia posición. El *refuerzo* tiene características similares a la *atribución*, tal y como indicamos más adelante, pero la principal diferencia entre ambos subtipos es que, en la *atribución*, la voz autorial no adquiere responsabilidad en el enunciado.

Cabe señalar que todas las formulaciones de contracción dialógica son anticipatorias. Con ellas, la voz autorial incrementa el coste interpersonal de cualquier duda o rechazo por parte de los interlocutores en futuros intercambios comunicativos.

En cuanto a los recursos de la expansión dialógica, es decir, que amplían el rango de posibilidades discursivas para la consideración de voces alternativas, Martin y White (2005) los dividen en las siguientes subcategorías:

- i. *consideración* (*entertain*): la voz autorial crea un espacio de reconocimiento dialógico y acepta la coexistencia de otras voces dentro de un rango de probabilidad (alta, media o baja). La voz autorial da por hecho que la posición de su audiencia estará dividida, que puede compartir o no su posición valorada, ya que es solo una posibilidad de muchas (Martin y White 2005: 108). Por ello, la *consideración* brinda al lector mayor o menor libertad para identificarse con alguna de las posiciones existentes en el entorno de múltiples voces que cohabitan en el texto;

- ii. *atribución (attribute)*: la voz autorial presenta voces externas con la intención de reconocer su existencia dentro de un contexto amplio y plurívoco (no con el ánimo de validar un punto de vista personal). Se trata del mayor grado de apertura heteroglósica observable en el discurso;
  - a. *reconocimiento (acknowledge)*: la voz autorial incluye en el texto voces externas expertas en la materia sin respaldarlas, aspecto diferente al *refuerzo*, y las presenta todas ellas como válidas. Las voces autoriales emplean este recurso para mostrar objetividad e imparcialidad. El lector decidirá con qué voz se alinea. Es un recurso típico de artículos de revisión conceptual o estados del arte y es propio de la objetividad periodística. En el caso de la lengua inglesa, suelen utilizarse citas y verbos en estilo indirecto para disociar la voz autorial interna de la voz externa experta en la materia, al menos de forma momentánea (Martin y White 2005: 126). En español, se utilizan expresiones como: *según X* o *siguiendo a X*. Sin embargo, los *reconocimientos neutros* en los que los textos se presentan como imparciales y la voz autorial es un simple “informational fair trader” son una minoría (*ibid.*: 115). Según Martin y White (2005: 112-113), la posición de la voz autorial con respecto a estas proposiciones no es explícita, sino que hay que buscarla en el resto del texto. A veces la voz autorial anuncia de forma abierta el punto en el que se encuentra con respecto al valor reconocido a través de valoraciones directas de actitud (*ibid.*: 115), incluso llegando a invalidar la heteroglosia a través de las valoraciones de actitud monoglósicas (*ibid.*: 116);
  - b. *distancia (distance)*: la voz autorial incluye en el texto voces externas, pero se aleja de lo planteado por la fuente externa, bien sea para integrarla de forma más objetiva o, en algunos casos, para sugerir implícitamente una posición evaluativa de carácter negativo. La *distancia* busca, a veces, limitar la responsabilidad de la voz autorial frente al contenido de la fuente externa. Es un recurso típico del registro periodístico o judicial y algunos géneros científicos.

### 3.2.2.2.3 El sistema de la graduación

Finalmente, el sistema de la graduación proporciona aquellos recursos lingüísticos que sirven para regular las precisiones semánticas de los otros dos sistemas (actitud y compromiso). Si las precisiones semánticas son graduables, pertenecen al subsistema de la *fuerza* (*force*) y, si no lo son, pertenecen al del *foco* (*focus*). Mientras que la escala de *fuerza* opera en términos de intensidad, la de *foco* lo hace en términos de concreción.

La **fuerza** puede realizarse mediante un lexema aislado (partículas como *muy* o *un poco* o adjetivos en grados comparativo y superlativo), una infusión semántica (*feliz-extasiado*), una repetición del mismo elemento léxico (*frío, frío y frío*) o añadiendo listas de términos que están relacionados semánticamente (*inmaduro, irresponsable y desagradecido*) (Martin y White 2005: 144). Además, la fuerza realizada por aislamiento o infusión puede ser figurativa (metáforas) o no figurativa.

Asimismo, la fuerza puede expresarse *cuantificada* (número, masa o extensión) o *intensificada* (cualidad o procesos verbales). Las intensificaciones aisladas pueden ser gramaticales (*muy*<sup>87</sup> *fácil*) o léxicas (*se movía rápidamente*). En la cúspide de la escala de intensificación se encuentran los *maximizadores* (*maximisers*), que son locuciones que expresan la máxima intensificación posible (*completamente, totalmente, siempre*). El uso del léxico complementario (*non-core-lexis*, en Munday 2012: 33) es también una forma de intensificación y un componente importante de la actitud evocada.

En cuanto al **foco**, si es *agudizado* (*sharpening*), hay una mayor inversión la voz autorial en la posición valorada y, si es *suavizado* (*softening*), hay una menor inversión (Martin y White 2005: 139-140). Si el valor suavizado es de signo negativo, la voz autorial emplea el foco suavizado con el objetivo de mantener cierta solidaridad con sus lectores, ofreciendo un gesto conciliador a aquellos que sostienen posturas contrarias. Por el contrario, cuando la voz autorial utiliza el foco para suavizar valores de signo positivo, lo hace porque cree que los valores contrarios pueden poner en riesgo la solidaridad con el lector e intenta evitarlo.

Es decir, la graduación es un espacio semántico que está relacionado con la forma en la que los escritores o hablantes intensifican o disminuyen la fuerza de sus enunciados y gradúan el foco de sus categorizaciones semánticas, presentándose a sí

---

<sup>87</sup> En adelante, los elementos valorativos que implican graduación se indican resaltados en negrita.

mismos más o menos alineados con la posición valorada y situándose con respecto a las comunidades que comparten esos valores o creencias.

En la Tabla 9 presentamos las categorías y subcategorías de la graduación con ejemplos propios de realizaciones léxico-gramaticales de cada una de ellas en español.

**Tabla 9. El sistema de graduación: foco y fuerza<sup>88</sup>**

foco	agudizado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un <b>verdadero</b> monarca</li> <li>- un <b>auténtico</b> marido</li> </ul>
	suavizado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>todo tipo de</b> disculpas</li> <li>- es <b>algo</b> triste</li> <li>- un <b>poco</b> sexy</li> </ul>
fuerza	intensificación	<b>lexemas aislados</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>muy</b> feliz</li> </ul>
		<b>superlativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>la</b> escultura <b>más</b> bella</li> <li>- un jardín <b>hermosísimo</b></li> </ul>
		<b>maximizadores</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>totalmente</b> miserable</li> <li>- <b>completamente</b> honesto</li> <li>- en <b>constante</b> uso</li> </ul>
		<b>intensificación por repetición</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>frío, frío y frío</b></li> </ul>
	cuantificación	<b>número</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>muchas</b> preocupaciones</li> </ul>
		<b>masa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un <b>pequeño</b> problema</li> </ul>
		<b>extensión - proximidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- una batalla <b>reciente</b></li> </ul>
		<b>extensión – distribución</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- una batalla <b>corta</b></li> </ul>

---

<sup>88</sup> Esquema adaptado de Martin y White (2005).

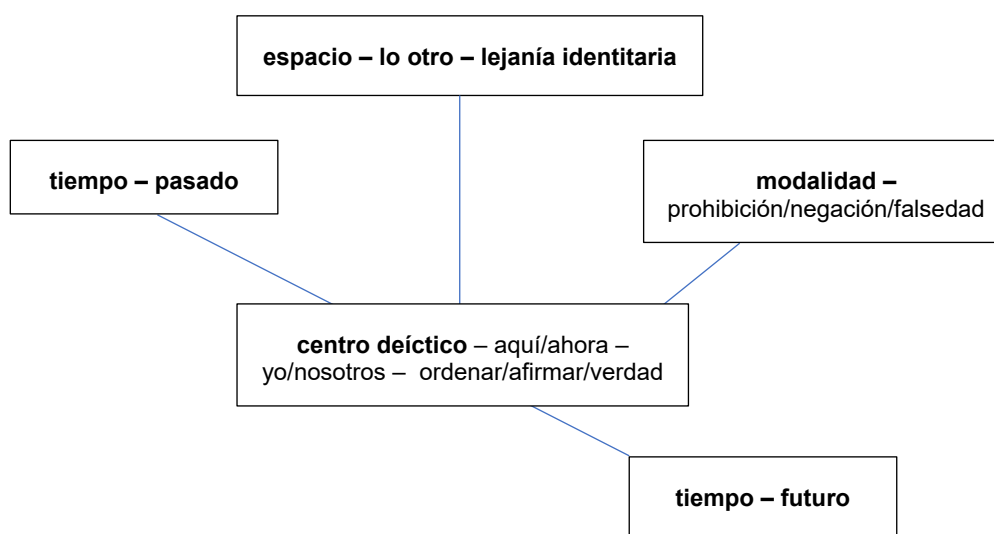
### 3.2.2.3 Posición deíctica

Hasta ahora los marcadores léxicos de actitud presentados en este apartado nos aportan información sobre la axiología (orientación de los valores) del texto y los recursos del sistema del compromiso comienzan a mostrarnos el alineamiento entre el escritor (autor) y el lector. Sin embargo, existe otra característica interpersonal más abstracta que nos ayuda a analizar en detalle los textos: la posición deíctica. Munday (2012: 68) relaciona la posición deíctica con el recurso valorativo del compromiso.

Este concepto se fundamenta en la deixis, que es la forma de posicionamiento más evidente, y nos permite averiguar en qué posición se encuentra el autor del texto. Para lograrlo, Chilton (2004: 58) propone un análisis de los marcadores deícticos para localizar a los interlocutores en tres ejes o dimensiones de la deixis (v. Figura 3). La principal expresión lingüística de la deixis son los pronombres, los que, según términos sistémico-funcionales, indican el tenor y negocian la relación de solidaridad y distancia entre los interlocutores (Munday 2012: 69). Munday (*ibid.*: 70-71) afirma que el autor recurre a la primera persona del plural de forma *inclusiva*, cuando persigue formar equipo con el lector, y a la primera persona del plural de forma *exclusiva*, cuando no lo hace y busca reafirmar su autoridad.

Como mostramos en la Figura 3 y en la Figura 4, Munday (2012: 76) reemplaza la “modalidad” de Chilton por la “expresión de la valoración” que, como muestra en su contribución, va más allá que la primera.

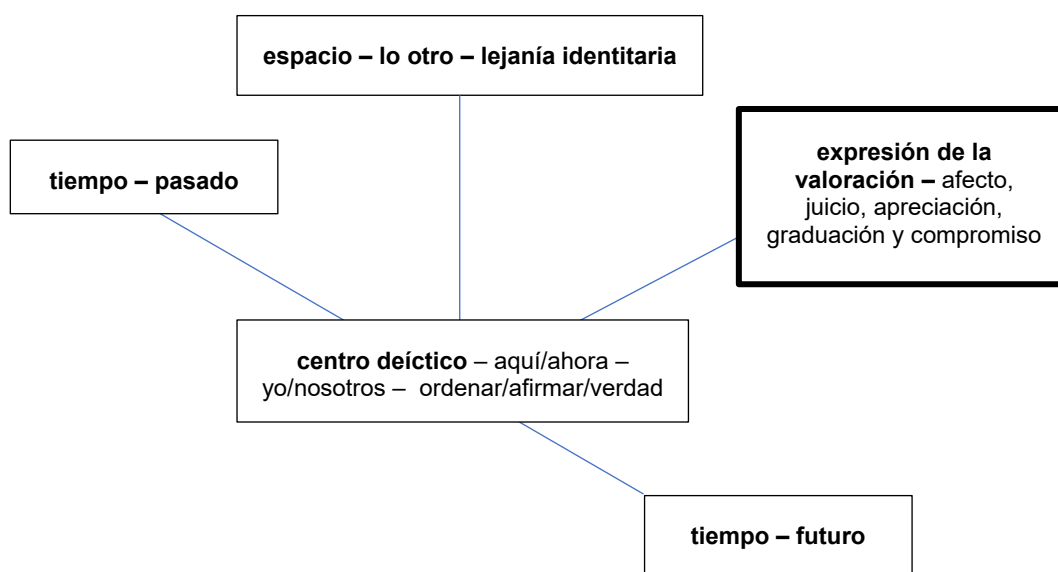
**Figura 3. Dimensiones de la deixis según Chilton<sup>89</sup>**



---

<sup>89</sup> Figura adaptada de Chilton (2004: 58), citado en Munday (2012: 68).

**Figura 4. Dimensiones de la deixis según Munday<sup>90</sup>**



#### **3.2.2.4 El futuro lector**

Como hemos indicado anteriormente, uno de los fundamentos de la Teoría de la Valoración es la propuesta bajtiniana de que todo texto es un diálogo con textos previos o simultáneos y de que los enunciados poseen siempre un emisor y un receptor real, potencial o imaginario. En algunos casos, los enunciados se refieren a otros previos o anticipan futuras respuestas.

De hecho, en los presupuestos teóricos de la expresión de la valoración se hace hincapié en el papel del lector como receptor. Resulta interesante estudiar cómo los textos transmiten una serie de significados ideacionales e interpersonales, pero es igualmente relevante examinar cómo estos significados son recibidos por la audiencia. Esta noción está relacionada con el posicionamiento dialógico que trata sobre los significados susceptibles de negociación entre los emisores y receptores reales, potenciales o imaginarios. Un mismo texto puede tener varias interpretaciones que dependerán de los propios lectores, quienes están determinados por sus suposiciones, conocimientos y sistemas de valores (Martin y White 2005: 162-163).

Así, la voz autorial de un texto construye y proyecta a lo largo de este el tipo de lector meta que espera que lea su texto. Puede hacerlo de forma explícita (nombrándolo

---

<sup>90</sup> Figura adaptada de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

directamente y apelando a él) o de forma implícita, haciendo que reaccione mediante alusiones indirectas. De hecho, tal y como afirma Munday (2012: 38), “invokedness relies on the reader’s recognizing and reacting to signals that are sometimes very context-dependent”. Así pues, la expresión indirecta de actitud depende de la interpretación del texto que haga el lector y de los valores, creencias y expectativas de este, es decir, de su orientación ideológica y axiológica. Ya hemos revisado anteriormente cómo algunas expresiones indirectas de actitud pueden llegar incluso a pasar desapercibidas (v. asociaciones contextuales).

Martin y White (2005: 206) llamaron previamente a este fenómeno *reacción* (*reaction*) y lo definieron como “the reading someone makes of the evaluative meaning in a text”. La reacción se situaría al final de la *instantiation cline*. Como veremos más adelante, la reacción es especialmente importante para la traducción.

Basándose en Certeau (1984), Martin y White (2005: 206) clasifican las lecturas que se pueden hacer de un texto en tres tipos, que resumimos en español como sigue:

- lectura *complaciente* (*compliant*): se prevé que este lector esté totalmente de acuerdo con los valores y enunciados del texto (posición valorada) y se espera que los suscriba;
- lectura *resistente* (*resistant*): se prevé que el lector rechace los valores y enunciados del texto (posición valorada);
- lectura *táctica* (*tactical*): se prevé que el lector se mantenga en una postura neutra y desarrolle una lectura parcial e interesada del texto (sin suscribir ni rechazar los valores o enunciados) y tome algunos aspectos evaluativos del mismo.

Siguiendo a Munday (2012: 38), el tipo de lectura y el propósito original de los textos no tienen por qué tener nada que ver, relación que tratamos más adelante en el apartado dedicado a la traducción.

Los investigadores podemos saber a qué tipo de lector se dirige un texto si analizamos la expresión de la valoración, ya que la voz autorial del texto nos ofrece pistas sobre cómo será el futuro lector, cuál es la postura del lector con respecto a la posición valorada y cuáles son sus valores, creencias y expectativas.

Munday (2012: 19) cita los estudios de House (2008, 2011), quien ha analizado las relaciones escritor-lector de forma contrastiva entre el inglés y el alemán. Según House (2011: 189), el alemán es una lengua que tiende a orientarse al contenido y se

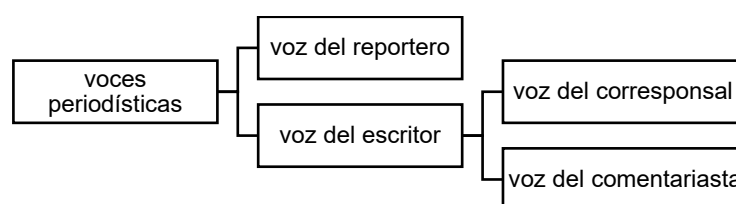
caracteriza por ser principalmente directa y explícita<sup>91</sup>. Con el análisis de nuestro material pretendemos probar si la hipótesis House se cumple. Esta autora también ha observado cambios en esta relación en los últimos años que están influenciados por la lengua inglesa: cada vez se apela más al lector empleando la primera y segunda persona y ha aumentado el uso de partículas modales como *auch*, *doch*, *eben*, *ja*, *schon*, etc.

### 3.2.2.5 Patrón valorativo

En el último capítulo de su obra, Martin y White (2005) hacen un repaso sobre la *evaluative key*, término que en español equivaldría a *patrón valorativo*. Según estos autores, el patrón valorativo comprende ciertas regularidades lingüísticas y tendencias en el uso de los recursos de la valoración (*actitud*, *compromiso* y *graduación*) que se observan en textos del mismo discurso. Siguiendo a Martin y White (2005: 161), estas tendencias crean *estilo de posicionamiento valorativo* o *estilo valorativo*. Basándose en White and Thompson (2008: 13), Munday (2012: 36) hace referencia al estilo valorativo como *voz textual* que define como “a particular pattern in the use and co-occurrence of evaluative meanings”. En este caso, la voz es un elemento detectable y describible gracias a la aplicación de la Teoría de la Valoración.

Martin y White (2005: 164-184) recogen los patrones valorativos que operan en el discurso periodístico<sup>92</sup> y sugieren la presencia de tres tipos de voces textuales: la voz de *reportero*, la voz del *escritor-corresponsal* y la voz del *escritor-comentarista* (v. Figura 5<sup>93</sup>).

**Figura 5. Las voces textuales del discurso periodístico según Martin y White (2005: 173)**



---

<sup>91</sup> A diferencia del inglés que es una lengua que tiende a tener una orientación interpersonal y se expresa de forma más implícita y directa (House 2011: 189).

<sup>92</sup> Martin y White también revisan los patrones valorativos que operan en el discurso de la educación secundaria (Martin y White 2005: 184-186) y proponen tres tipos de voces textuales que pueden relacionarse con las que operan en el discurso periodístico.

<sup>93</sup> Terminología adaptada al español.



Martin y White (2005: 165) afirman que estos tres patrones valorativos están estrechamente vinculados con las categorías periodísticas de las noticias, el análisis y el comentario u opinión. Munday, en su aportación de 2012, estudia la presencia en sus textos de estos tres grupos de voces sugeridas por Martin y White (2005).

Cada patrón valorativo o voz textual combina de una manera específica los recursos de los sistemas de la valoración (*actitud*, *compromiso* y la manera de graduarlos). A modo de ejemplo, resumimos la información que presentan Martin y White (2005) sobre la voz del reportero. Esta voz se caracteriza por la ausencia de la expresión directa del afecto y del juicio. Este último únicamente sucede atribuido a una fuente externa. También se caracteriza por escasa expresión directa de apreciación y la existencia de expresiones de afecto no autoriales, es decir, que describen las emociones de otros individuos o grupos humanos, y no las de la voz autoral. En el plano de la graduación, la voz del reportero utiliza frecuentemente la intensificación y, en el plano del compromiso, el *reconocimiento* y la *distancia*, cuando introduce puntos de vista de fuentes externas.

Siguiendo con el ejemplo de la voz del reportero, este patrón valorativo se basa principalmente en la ausencia de personalización por parte de la voz autoral, que se sitúa en un segundo plano. Según Martin y White (2005), la voz del reportero opera ideológicamente presentándose a sí misma como “factual” y “neutral”, al evitar la expresión directa de juicios (autorales) y usar de forma selectiva valores de los sistemas de la actitud, del compromiso y de la graduación. Siguiendo a estos autores, esta voz se expresa así porque se rige por la concepción social y profesional de que el periodismo de calidad debe ser objetivo e imparcial (Martin y White 2005: 184).

En el caso del discurso de la educación secundaria, Martin y White (2005) recurren a los resultados de los estudios llevados a cabo por la investigadora Coffin (1997, 2000, 2002), quien sostiene que los tres tipos de voces textuales identificadas en libros de texto pueden darse en un mismo texto dependiendo del objetivo retórico que persiga el texto o la parte textual. Además, en sus investigaciones Coffin demostró que existía una correlación entre el tipo de patrón valorativo usado por los alumnos en sus ensayos y la nota que estos recibieron. Concretamente, los alumnos que emplearon el patrón valorativo equiparable a la voz del *comentarista* en el discurso periodístico (*appraiser-adjudicator*) obtuvieron una mejor nota que los que utilizaron el equiparable a la voz del *reportero* (*recorder*) (Coffin 2002).

### 3.2.2.6 La Teoría de la Valoración en la traducción especializada

Como hemos podido comprobar en el anterior apartado, la aplicación de la Teoría de la Valoración al análisis textual puede dar lugar a resultados muy interesantes a nivel lingüístico y discursivo. Sin embargo, todavía no se ha explorado en su totalidad el potencial que puede tener si se aplica al estudio de la traducción.

Tal y como demuestran estudios recientes, la Teoría de la Valoración ha sido aplicada al análisis ideológico de textos en los que predomina la función argumentativa, como discursos políticos (Munday 2012) y algunos géneros periodísticos (Bednarek 2006) y académicos (Hood 2010), y también al análisis de textos literarios (Espunya y Pavić Pintarić 2016; Alsina, Espunya y Wirf Naro 2017). A continuación, revisamos los resultados más significativos de estas aportaciones.

Anteriormente, Chesterman (1997: 48) define las traducciones como juicios de valor, y muestra interés por saber qué son esos juicios y por qué se emiten.

En 2012, Munday publica su obra *Evaluation in translation*, en la que hace un repaso de los presupuestos teóricos del sistema de la valoración y ejemplifica con estudios de caso la aplicación de esta al estudio de la traducción y de la interpretación. Munday considera la traducción como una labor de “intervención” en la que los traductores son

an active participant in the communication process, one who “intervenes” not as transparent conduit of meaning but as an interested representer of the source words of others and in a communicative situation constrained and directed by extratextual factors including commissioner, brief, purpose, audience expectation and target text function. (Munday 2012: 2)

Según Munday, el traductor o intérprete, además de ser un participante de pleno derecho en el proceso de comunicación,

brings his/her own sociocultural and educational background, ideological, phraseological and idiosyncratic stylistic preferences to the task of rendering a source text in the target language. (Munday 2012: 2)

Es decir, los traductores toman sus propias decisiones e intervienen en el texto. A veces, los investigadores podemos identificar esas intervenciones traductorales. Por tanto, si la traducción es una “intervention” (Munday 2007), el traductor es el “intervenient being” (Maier 2007). House (2008: 16, citado en Munday 2012: 19) define la intervención del traductor como “a manipulation of the source text beyond what is

linguistically necessary”. Sin embargo, el propio Munday no está de acuerdo con esta afirmación, aunque sí reconoce el traductor toma decisiones a veces de forma consciente y otras de forma inconsciente y que toda intervención traductora es valorativa.

En uno de los estudios de caso que componen su obra de 2012, Munday realiza un estudio lingüístico-discursivo del texto origen y de los textos meta con respecto a los sistemas de la valoración y, después, desarrolla un análisis contrastivo de ambos. La finalidad de Munday es mostrar aquellos *puntos críticos* (*critical points*) que requieren más interpretación y en los que se hace más visible la intervención del traductor o del intérprete y la valoración subjetiva de los mismos. Estos puntos críticos pueden ser *movimientos* (*mismatches* o *shifts*) que hace el traductor para añadir significados o modificarlos, pero también para eliminarlos (silencios).

Alsina, Espunya y Wirf Naro apuntan que:

During translation, the evaluative dimension of the original discourse may be modified, which can affect the readings afforded by the new text in its target society (see, e.g., Hatim & Mason 1990, 1997). In order to detect, analyse and describe translator interventions, the scholar needs a *tertium comparationis*. (Alsina, Espunya y Wirf Naro 2017: 3)

Alsina, Espunya y Wirf Naro (2017), para aportar objetividad a su estudio, escogen la Teoría de la Valoración (Martin y White 2005) como *tertium comparationis* y modelo teórico. Con su obra buscan validar esta teoría como modelo de análisis traductológico.

Retomando lo que ya hemos apuntado en el apartado sobre el futuro lector, la lectura que haga la audiencia del texto es de gran importancia. Como sabemos, la interpretación de un texto depende de los valores, creencias y expectativas de su lector, es decir, de su orientación ideológica y axiológica del lector. En traducción, la lectura que hace del texto el traductor es especialmente importante, puesto que se trata del primer lector del texto y lo leerá influido por sus valores, creencias y expectativas. Alsina, Espunya y Wirf Naro (2017: 24) señalan que “every translation represents an interpretation”.

Siguiendo a Munday (2012: 38), en el caso de la traducción, la división entre el tipo de lectura y el propósito original de los textos es palpable, ya que se trata toda traducción es un texto creado con un propósito comunicativo nuevo y diferente al inicial. Al menos la traducción está dirigida a una audiencia diferente a la original. Munday hace

referencia al tipo de lecturas del TO que puede realizar el traductor (*ibid.*: 38-39). Todo traductor realiza una primera lectura parcialmente *táctica* para apuntalar la preparación y producción del texto meta. Por el contrario, la lectura podrá ser predominantemente *resistente* si el traductor busca rechazar la ideología de la fuente. A modo de ejemplo, Munday (*ibid.*: 38) aporta las traducciones de Ralph Mannheim del libro de Hitler *Mein Kampf*, donde el traductor añadió notas a pie de página para señalar la falta de lógica de ciertas ideas. Por último, la lectura del traductor será probablemente *complaciente* si el traductor considera que tiene que reproducir el TO de forma fiel, independientemente de si está de acuerdo o no con la fuente.

Por tanto, aunque el escritor proyecte en el texto el perfil del tipo de lector al que se dirige, en el caso de la traducción, esta proyección del lector se ve alterada por el traductor. Entre el escritor y el lector se incluye una nueva figura externa que leerá el texto, lo interpretará a su modo, lo traducirá y proyectará un nuevo lector. Tal y como apunta Munday (2012: 40) la forma en que esto sucede en traducción es un *punto crítico* de por sí.

Munday (2012: 41) hace referencia al término *puntos cargados de valor* (*value-rich points*), que podríamos definir como partes del discurso donde se localizan grandes diferencias culturales. Munday (2012: 41) sugiere un estudio de los *puntos cargados de valor* presentes en las traducciones, con el objetivo de revelar los valores del traductor, y comprobar si afectarán a la recepción del texto.

Alsina, Espunya y Wirf Naro (2017: 3) afirman que reproducir el texto origen en todo su potencial no siempre es posible y que el traductor, a veces, se verá obligado a tomar decisiones y sacrificar algunos contenidos del TO, debido a la propia naturaleza y composición de cada lengua.

En general, para el traductor no suele ser un problema reproducir las expresiones directas de actitud, a no ser que exista un sistema de valores diferentes en la cultura meta. Recordemos, por ejemplo, que lo que para la cultura origen es positivo puede no serlo para la cultura meta (Munday 2012: 26). Asimismo, a la hora de traducir han de tenerse en cuenta las asociaciones prosódicas, puesto que, a veces, la prosodia del texto hace que valoremos algunos significados neutros de una forma u otra (Munday 2012: 26-27).

Tal y como señala Munday (2012: 28-29), la traducción de las expresiones de actitud indirectas, a diferencia de las directas, sí puede resultar problemática. El

traductor tendrá que identificar la valoración pretendida por el autor del TO y transformarla debidamente a la lengua meta, que se enmarca en un contexto cultural nuevo, que puede que no aplique los mismos valores a las entidades valoradas. Munday incluye las expresiones indirectas de actitud dentro de la categoría de *puntos críticos* para el traductor.

Como hemos apuntado anteriormente, Munday (2012: 64) propone la *asociación contextual* como otro tipo de expresión indirecta de actitud más sutil y que requiere de un bagaje contextual amplio para su correcta comprensión. De hecho, es frecuente que pase inadvertida para algunos lectores. En el caso de la traducción o interpretación de este tipo de expresiones indirectas, los traductores e intérpretes optan frecuentemente por dos tipos de estrategias: la omisión o la *sobreexplicitación* (*id.*). Por su dificultad a la hora de ser comprendidas y traducidas correctamente, las asociaciones contextuales constituyen también uno de los *puntos críticos* para el traductor (*id.*).

En cuanto a la traducción del lenguaje figurado, Munday (2012: 62) concluye que, en general, el TM intenta reproducir las metáforas del TO y las mantiene.

Remitimos aquí a la Figura 2, donde mostramos los diferentes tipos de expresiones directas e indirectas de actitud y el grado de dificultad que implica comprender cada tipo de expresión actitudinal que, lógicamente, concuerda con el grado de dificultad a la hora de traducirlas.

Por último, como ya hemos avanzado, la Teoría de la Valoración ha sido también aplicada al estudio de textos literarios y a su traducción. Dentro del proyecto de investigación *La Valoración en Traducción* (2014-2018)<sup>94</sup>, con la referencia FFI2013-42751-P y financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, surgen contribuciones que aplican la Teoría de la Valoración al estudio de la traducción. Una de las aportaciones es la de Espunya y Pavić Pintarić (2016), quienes aplican el modelo de análisis de la Teoría de la Valoración a la novela ficción *Los mares del sur* de Vázquez Montalbán (1979) y a dos de sus traducciones al alemán. Estas autoras trabajan el par de lenguas español-alemán y se centran en el estudio de la expresión de la identidad mediante expresiones cargadas de emocionalidad que identifican gracias al sistema de la actitud. La segunda aportación es la de Alsina, Espunya y Wirf Naro (2017), quienes

---

<sup>94</sup> Para más información sobre el proyecto, remitimos a su sitio web oficial: <https://www.upf.edu/en/web/valtrad/presentacio> [Último acceso 14.04.2023]

analizan el sistema del compromiso en la novela inglesa *Mansfield Park* (1814) de Jane Austin, y estudian de forma comparativa sus traducciones al español, catalán y alemán.

### **3.2.2.7 Revisión crítica y aplicación práctica de la Teoría de la Valoración al análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)**

En este segundo apartado, hemos intentado resumir la compleja Teoría de la Valoración y destacar los aspectos que consideramos más interesantes para estudiar textualmente las publicaciones turísticas objeto de estudio en esta tesis doctoral. Somos conscientes de que cada apartado podría desarrollarse de forma más profunda, pero, por motivos obvios de espacio y tiempo, hemos decidido centrarnos en los puntos presentados.

Cabe señalar que la Teoría de la Valoración es una corriente dentro del Análisis del Discurso que está en continua revisión y no constituye una teoría cerrada. De hecho, los propios Martin y White (2005) animan a su aplicación a diferentes géneros y lenguas para enriquecer sus fundamentos y remiten a su sitio web<sup>95</sup> para seguir las actualizaciones de esta. Este modelo pone de relieve los aspectos contextuales y culturales y admite la posibilidad de múltiples lecturas de los diferentes significados (sobre todo actitudinales), lo que permite su adaptación al análisis de textos producidos en diferentes lenguas y culturas.

Por todo ello, este enfoque se revela como una valiosísima herramienta teórica y de análisis que permite realizar estudios discursivos desde una perspectiva integradora de lo funcional y lo heteroglósico. Los investigadores pueden obtener resultados muy significativos, como la identificación de diferentes patrones valorativos en un discurso determinado, observables en diferentes ejemplares de ese mismo discurso. De hecho, Martin y White (2005) demuestran cómo las configuraciones particulares de los significados valorativos que operan en el discurso periodístico y en el discurso de la educación secundaria están vinculadas con objetivos retóricos particulares.

Concretamente, la Teoría de la Valoración nos permitirá analizar cómo funcionan retóricamente las voces presentes en nuestros textos turísticos, en los que es

---

<sup>95</sup> Disponible en: <https://www.grammatics.com/appraisal/> [Último acceso 14.04.2023]

fundamental la relación interpersonal emisor-receptor (en este caso lector-visitante/turista), así como el estudio de esta relación y su expresión discursiva.

Siguiendo la tesis de Martin y White (2005: 207-208), cabe destacar que estos valores no aparecen en los textos de forma aislada, sino que son partes de un todo (texto). Además, los sistemas de la valoración (actitud, compromiso y graduación) no deben analizarse de forma individual, sino en conjunto, como “elements in integrated complexes of meanings” (Martin y White 2005: 159) que tienen un propósito retórico global. La valoración tiene diferentes capas (es “multilayered”, según Munday 2012: 35) y crea prosodia, con valores de signo positivo y negativo que resuenan en todo texto. Los investigadores debemos ser capaces de descubrir la prosodia valorativa de los textos.

Asimismo, el sistema de la valoración se sustenta en la noción de diálogo escritor-lector, en cómo los autores se sitúan a sí mismos con respecto a las comunidades y cómo responden o anticipan respuestas de los miembros de esas comunidades. Cada lector entenderá el texto de una manera y actuará en base a sus propios valores, creencias y experiencias.

La mayor parte de los estudios basados en la aplicación de la Teoría de la Valoración a la traducción parten de un análisis profundo de los sistemas y categorías de la valoración en el TO, con el fin de observar si esas características se repiten en el TM y forman ciertos patrones. Además, persiguen responder a interrogantes como los siguientes: ¿qué tipo de expresión de la actitud es más frecuente: directa o indirecta?, ¿de qué signo es la mayor parte de la expresión de la actitud?, ¿a qué subcategorías pertenece la carga actitudinal?, ¿está graduada la carga actitudinal?, ¿cómo está graduada?, ¿cuánta presencia tiene la carga actitudinal en qué partes del texto?, ¿cómo presenta la voz autorial dichas actitudes: negociándolas con otros posibles puntos de vista (heteroglosia) o sin tenerlos en cuenta (monoglosia)?, ¿su heteroglosia tiende más a la contracción o a la expansión? Después, comparan estos aspectos con el TM. El propósito final es detectar los *movimientos* que realiza el traductor en la traducción, su implicación valorativa, la ideología y el sistema de valores que subyacen a la traducción.

Como sabemos, el uso que cada cultura hace de la valoración es diferente (Munday 2012: 29), por lo que con esta tesis doctoral pretendemos averiguar cuáles eran los recursos valorativos típicos de los inicios del discurso turístico moderno en España y de su traducción al alemán. Esto nos permitirá describir los diferentes patrones valorativos o voces textuales presentes en el incipiente discurso turístico moderno

existente entre 1928 y 1939. Más concretamente, comprobaremos si se cumplen las estrategias de traducción propuestas por Munday en la traducción de las asociaciones contextuales y del lenguaje figurado. En el caso concreto de las asociaciones, estudiaremos si pasaron inadvertidas para algunos lectores.

Además, la Teoría de la Valoración nos permitirá comparar los textos originales con sus traducciones y rastrear las manifestaciones textuales de los diferentes participantes implicados en los procesos de redacción y traducción turística y conocer el perfil de los receptores de los textos.

Entre los objetivos últimos de este trabajo destacan descubrir la ideología y el sistema de valores que subyacen a los productos textuales originales y observar si esos sistemas de valores se reconfiguran en las traducciones al alemán.

Finalmente, como ya hemos mencionado, la Teoría de la Valoración ha sido aplicada a textos en los que predomina la función argumentativa y a textos literarios, pero no nos consta que haya sido aplicada al análisis del discurso turístico español<sup>96</sup> y su traducción al alemán. Por este motivo, será preciso adaptar esta herramienta de análisis al tipo de discurso y al par de lenguas español-alemán.

---

<sup>96</sup> Munday (2012: 24) sí alude a las expresiones directas de apreciación y afecto como valoraciones típicas de textos promocionales como folletos turísticos.



### **3.3 La Teoría de la Valoración aplicada al estudio de la traducción turística, la agentividad y la ideología presente en los géneros textuales de los inicios del discurso turístico moderno en España (1928-1939)**

En este capítulo teórico, hemos revisado los fundamentos teóricos de la presente tesis doctoral: por un lado, los principales enfoques que han estudiado la relación entre la ideología y la traducción y algunos acercamientos sociológicos a la traducción que estudian los textos y sus traducciones desde una perspectiva contextual; por otro lado, los dos acercamientos lingüísticos que complementan este estudio traductológico en el nivel textual: el concepto de género y la Teoría de la Valoración. Además, hemos sugerido su aplicación al material textual y contextual objeto de estudio.

Tal y como hemos desarrollado en el apartado 3.2.1.1, los rasgos culturales e ideológicos desempeñan un papel clave dentro del campo del turismo y todos los textos turísticos responden a una determinada concepción del mundo. Retomando lo expuesto en el capítulo 2 de esta tesis doctoral, el discurso del emergente turismo moderno en España se caracterizó por promocionar una imagen muy concreta de España e intuimos que las publicaciones turísticas contienen sistemas de valores específicos, por lo que se advierte que los mensajes presentes en los textos no sólo eran turísticos, sino que también representaban una concepción del mundo, por tanto, eran ideológicos. Por tanto, necesitaremos estudiarlos desde una óptica que no sea puramente lingüística.

Los enfoques sociológicos aplicados a la traducción del apartado 3.1 nos permitirán estudiar los textos y sus traducciones desde una perspectiva contextual. Así, podremos explorar las labores de redacción y traducción turísticas desempeñadas por el Estado español desde 1928 a 1939. Además, estudiaremos la labor traducción como una práctica social en la que están implicados diferentes participantes. Más específicamente, investigaremos la labor del Patronato Nacional del Turismo y del Servicio Nacional del Turismo, como organismos de publicación de los textos y responsables de la traducción institucional de los mismos.

Empleando el concepto de género textual, recogido en el apartado 3.2.1, nos acercaremos más a los géneros emergentes propios de los inicios del discurso turístico moderno en España, que intuimos representaban de alguna forma los valores, ideas y creencias de las instituciones turísticas que los editaban y, en definitiva, del grupo de poder dominante en la España de aquel momento, es decir, del Gobierno español.

Con el fin de complementar esta investigación en el nivel más lingüístico, estudiaremos las intervenciones y movimientos de algunos agentes implicados en el proceso de redacción y traducción de los textos y estableceremos ciertas estrategias y normas de comportamiento de escritores y traductores de aquel momento. Para ello, emplearemos y adaptaremos a nuestro discurso y combinación lingüística las herramientas que proporciona la Teoría de la Valoración, recogida en el apartado 3.2.2. Este enfoque nos ayudará a caracterizar lingüística y sociológicamente las voces textuales presentes en las publicaciones turísticas. También nos permitirá interpretar otras huellas que los agentes dejaron en el material contextual, que también es objeto de estudio, y que, a su vez, nos servirá para contextualizar cada ejemplar.

Este trabajo persigue contribuir a cerrar la brecha que separa los enfoques lingüísticos de los culturales y sociológicos, lo que, como veremos en el siguiente capítulo, requiere de un modelo de análisis ecléctico y conciliador.



## 4 METODOLOGÍA Y MATERIALES DE INVESTIGACIÓN

Una vez hemos presentado en el capítulo anterior los fundamentos teóricos de esta investigación, continuamos describiendo la metodología escogida para lograr los objetivos establecidos.

### 4.1 Consideraciones metodológicas generales

El presente trabajo es fruto de una investigación cualitativa que tiene un propósito<sup>97</sup> descriptivo y teórico, puesto que pretende contribuir a la creación de nuevo conocimiento y a la ampliación y enriquecimiento de las diferentes teorías aplicadas.

Esta investigación sigue las pautas fundamentales de los Estudios Descriptivos de Traducción (en adelante EDT), sobre todo a la hora de iniciarla, esbozar su concepto y recopilar el material (Williams y Chesterman 2002). Los EDT tienen como fin “recoger y sistematizar los fenómenos empíricos objeto de estudio, además de observar y analizar las regularidades de comportamiento traductor” (Toury 2004: 17), es decir, los EDT proporcionan hechos empíricos y constatables sobre los que el investigador fundamentará su formulación teórica. Así, la teoría se ve enriquecida por los resultados obtenidos de estudios de corpus que han sido contruidos de forma sólida y están suficientemente justificados. Este hecho convierte a los EDT en el puente entre la teoría y la práctica y en un punto de partida necesario hacia los estudios aplicados.

Dentro de los EDT, esta tesis doctoral es un estudio orientado al *producto* y al *proceso* de traducción (Toury 1995, 1997). Los EDT orientados al *producto* de traducción no se consolidan hasta la década de 1990 con los estudios de corpus y se centran en la descripción de traducciones existentes, comparación de TO y TM o varios TM de un mismo TO. Los EDT orientados al *proceso* de traducción pueden ser diacrónicos (historia general de la traducción) y sincrónicos<sup>98</sup>.

---

<sup>97</sup> Según Mendizábal (2006: 74), “los propósitos se refieren a la finalidad última de un trabajo” y pueden ser “descriptivos, teóricos, políticos y prácticos, personales y/o surgen de una demanda externa”.

<sup>98</sup> También existen los EDT orientados a la *función*, que están relacionados con la recepción de la obra traducida en una determinada lengua, las consecuencias para el sistema cultural meta, etc. Además, los tres enfoques están relacionados (Toury 2004: 49).

Holmes fue el primer investigador en proponer que los EDT podían ser estudiados dentro de un área denominada “socio-translation studies” (Holmes 1972: 177), algo que se desarrollaría a partir de la década de los ochenta con el *giro cultural* en los Estudios de Traducción y, a comienzos del presente siglo, con el *giro sociológico*, que fue asentando la disciplina de la sociología aplicada a la traducción. Como ya hemos revisado en el capítulo 3, la sociología aplicada a la traducción concibe la traducción como una práctica social y sugiere el estudio de esta dentro de su contexto social, sin excluir un análisis textual. Sabemos que, actualmente, ha crecido el interés por los estudios sobre la agentividad en traducción, que se centran en la figura del traductor, sus intervenciones y elecciones en el proceso de traducción (*TranslatOR Studies* de Chesterman 2009: 13) y en los otros participantes, que también influyen e intervienen en el proceso de traducción y, a veces, dejan sus huellas en la traducción o en los textos que rodean a la gestación de esta. Estas nuevas investigaciones persiguen acabar con el mito de que el traductor es el único responsable de las traducciones.

Retomando lo expuesto en el capítulo 3 y siguiendo la propuesta de clasificación de los estudios orientados a los agentes de Jansen y Wegener (2013: 14), nuestra investigación constituye un estudio sobre la agentividad en traducción de tipo socio-historiográfico, ya que combina el análisis textual (del TO y TM) y la exploración de material de archivo y contextual. La mayor parte de los investigadores de este tipo de estudios sugieren consultar material archivístico, con el fin de lograr una mayor aproximación a las prácticas de traducción y al papel del traductor y de los otros agentes implicados en el proceso.

En general, la investigación mediante el método científico se suele asimilar a la investigación matemática, estadística, cuantitativa y exacta. Cualquier investigación “natural” en nuestra disciplina se opone diametralmente a esto. Por este motivo y siguiendo la clasificación de diseños de investigación que propone Mendizábal (2006: 67), esta investigación se basa en un diseño de investigación flexible, es decir, que puede ser modificado en el transcurso de la investigación. Mendizábal (2006: 67) sostiene que el concepto de flexibilidad en este tipo de diseño hace referencia

a la posibilidad de advertir durante el *proceso* de investigación situaciones nuevas e inesperadas vinculadas con el tema de estudio, que puedan implicar cambios en las preguntas de investigación y los propósitos; a la viabilidad de adoptar técnicas novedosas de recolección de datos; y a la factibilidad de elaborar conceptualmente los datos de forma original durante el proceso de investigación. (Mendizábal 2006: 67)

En otras palabras, un diseño de investigación flexible no responde a un esquema cerrado de antemano, no es unidireccional y se desarrolla de forma circular. Esto implica que los investigadores mantengan una actitud abierta a lo inesperado y puedan realizar modificaciones sobre el diseño de investigación original, que enriquezcan y llenen de originalidad el resultado final (Mendizábal 2006: 67), algo frecuente cuando se investiga un tema que es poco conocido. Cabe destacar que, aunque el diseño de investigación original pueda evolucionar y cambiar durante el transcurso de la misma, sí es necesario fijar una “hoja de ruta” que guíe al investigador desde el principio. Además, las fases de recolección de datos, análisis, interpretación y teórica se dan conjuntamente y, a veces, de forma simultánea. Este es precisamente el caso de esta investigación y de muchas otras investigaciones pertenecientes al ámbito de las humanidades.

Otro aspecto a tener en cuenta es que el diseño de investigación flexible es el que propicia, a su vez, que la investigación sea de carácter inductivo, ya que el investigador debe crear conceptos, hipótesis, modelos y/o teorías desde los datos empíricos y descriptivos que surgen del trabajo de campo, fundamental en este tipo de investigaciones. Nuestras visitas y consultas en los fondos documentales y en la base de datos, que presentamos más adelante, han sido clave a la hora de recopilar los materiales de investigación.

En este tipo de estudios, la experiencia personal del investigador y sus reflexiones también juegan un papel importante. Con el fin de desarrollar de forma creativa este tipo de trabajos, los investigadores deben poseer lo que se denomina “sensibilidad teórica o sociológica” (Mendizábal 2006: 81) y tener una “actitud abierta, expectante y creativa” (*ibid.*: 68). De hecho, es necesario incentivar la creatividad del investigador “haciendo preguntas a los datos” y estimulando el proceso inductivo (*ibid.*: 81).

Nuestro enfoque está lejos de considerar al investigador una persona aislada del mundo que le rodea y, al igual que entendemos y estudiamos la traducción desde la perspectiva social, concebimos la investigación también una práctica social en la que influyen diferentes agentes.

En el estudio de los datos obtenidos a lo largo del proceso de investigación, hemos utilizado los siguientes métodos, que son propios de los Estudios de Traducción y de otras disciplinas, como las ciencias sociales y las humanidades:

1. introspección del investigador;
2. corpus textual;
3. estudios de caso;
4. análisis microtextual.

Entre los métodos cualitativos empleados destacan la **introspección del investigador**, un enfoque que se basa principalmente en la capacidad crítica del propio investigador para explorar documentos y en su capacidad de observar y reflexionar (Rojo 2013: 42-43, 56-62), es decir, de razonar lógicamente. Este método ha sido fundamental en el estudio del material contextual.

El **corpus textual** objeto de estudio en esta investigación está formado por textos originales en español y traducciones al alemán. Por la propia naturaleza de los textos objeto de estudio y por el tema estudiado, hemos decidido desarrollar un análisis cualitativo macro y microtextual de nuestro corpus, con el fin de destapar el sistema de valores y, con ello, la ideología presente en el discurso turístico manifestado en las publicaciones turísticas objeto de estudio. A nuestro juicio, solo un **análisis microtextual** cualitativo manual puede arrojar luz a este fenómeno, ya que estudiar la ideología enmascarada en estos textos y sus traducciones al alemán es algo que un método de investigación puramente cuantitativo no podría alcanzar. Recordemos que si perseguimos estudiar la ideología que subyace a un producto textual, debemos tener en cuenta que esta se propaga de forma silenciosa y sutil. Por esta razón, hemos descartado un análisis asistido informáticamente y hemos estudiado cada ejemplar en su conjunto, evitando analizar segmentos aislados, que pueden llevar a identificar motivos ideológicos donde no los hay y llevarnos a equivocaciones, como sugieren Cunico y Munday (2007).

Así, hemos optado por el **estudio de caso** como opción metodológica, una técnica propia de las investigaciones de tipo cualitativo. Los estudios de caso tienden a centrarse en un número limitado de hechos y situaciones con el fin de abordarlos con la profundidad requerida y comprenderlos en su totalidad. Se fundamentan, por tanto, en la profundización y el conocimiento global del caso y no en la generalización de resultados por encima de este. En el caso de nuestra investigación, este aspecto va a ser de gran importancia a la hora acotar el número de ejemplares que conforman nuestro corpus textual, como desarrollamos más adelante. Este planteamiento posee una

tradición consolidada en los Estudios de Traducción y se diferencia de otros métodos de investigación en el carácter contextual del objeto de estudio y en su imbricación en el mundo real (Rojo 2013: 43).

Como veremos, hemos complementado nuestro análisis microtextual cualitativo con el empleo puntual de algunas herramientas típicas del **diseño cuantitativo**, lo que nos ha permitido cuantificar y analizar en términos numéricos ciertos datos obtenidos del análisis microtextual cualitativo de los diferentes ejemplares que componen nuestro corpus textual.

Por último, partimos de la base de que no existen diseños de investigación perfectos y que todos tienen sus limitaciones y obstáculos, en los que nos detendremos en el capítulo 10, dedicado a las conclusiones de esta tesis doctoral.

## **4.2 Inspiración metodológica en los Estudios de Traducción: modelos de análisis para el estudio de la ideología y su traducción**

En líneas generales, las dos aportaciones que constituyen los pilares metodológicos fundamentales de esta investigación son los modelos de análisis de traducciones de Lambert y Van Gorp (1985) y de Tymoczko (2002), que revisamos a continuación.

### **4.2.1 El modelo descendente de Lambert y Van Gorp (1985)**

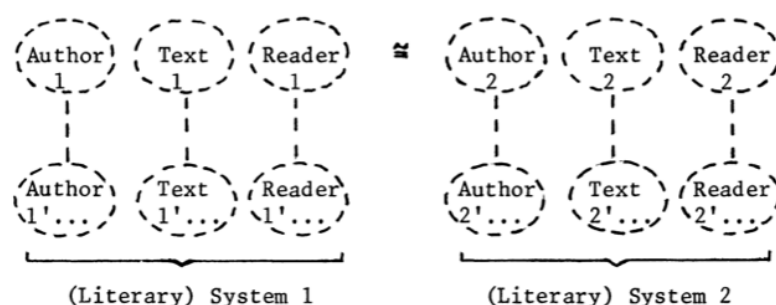
El primer modelo de análisis de traducciones que presentamos fue propuesto desde la Escuela de Manipulación por Lambert y Van Gorp (1985). Estos autores plantearon una propuesta metodológica para los estudios de caso de traducciones literarias basada en un modelo de análisis descendente, que busca reconciliar las posturas lingüística y cultural y parte de un macroestudio del texto para pasar después al microestudio de los elementos que lo componen. El método de Lambert y van Gorp (1985: 46-47) se compone de cuatro fases, que resumimos así:

- a) análisis de datos preliminares o análisis extratextual: título, nombre del autor, nombre del traductor, etc.;
- b) análisis del macronivel textual: división del texto, títulos de los capítulos, estructura narrativa interna, etc.;



- c) análisis del micronivel textual: estrategias adoptadas a nivel gramatical o léxico y otros factores como la perspectiva del narrador o modalidad;
- d) análisis del contexto sistémico: oposiciones entre los niveles macro y micro y entre el texto y la teoría, relaciones intertextuales con otras traducciones, etc.

Esta propuesta se fundamenta en el análisis de los sistemas origen y meta y de las interrelaciones entre estos y con otros sistemas, que se pueden observar en la siguiente ilustración:



**Ilustración 7. Esquema para describir traducciones propuesto por Lambert y Van Gorp (1985: 43)**

Según estos autores, el investigador tiene que estudiar las relaciones entre todos los elementos de estos sistemas y entre los propios sistemas, y señalan que las traducciones son el resultado de las relaciones entre todos estos elementos. Por ello, sugieren estudiar las prioridades (normas y modelos dominantes) que determinan las estrategias seleccionadas durante el proceso de traducción. Este modelo sugiere analizar las traducciones no solo como fenómenos individuales, sino también como colectivos. Es decir, es importante observar posibles similitudes, diferencias e interrelaciones entre diferentes traducciones y traductores. Esta propuesta se aleja de conceptos orientados al texto origen y tan normativos como la fidelidad o la calidad de la traducción.

Mediante la propuesta de Lambert y Van Gorp (1985) podemos determinar hacia qué cultura está orientada la traducción: hacia la de origen (*principio de la adecuación*) o hacia la meta (*principio de la aceptabilidad*), principios propuestos anteriormente por Toury (1980). Estos autores proponen un esquema que muestre las relaciones que pueden existir en la producción de una traducción y que pueden observarse en la descripción de la traducción. Además, apuntan que el primer paso a seguir en una investigación descriptiva es recopilar información general sobre las características macro y microestructurales de la traducción.

Este modelo resulta válido para nuestro estudio porque no se centra únicamente en el nivel textual de análisis de traducciones y ubica el texto en un contexto más general, lo que nos permite explorar la relación entre traducción e ideología. Otra ventaja es puede aplicarse a un conjunto de textos más extenso, lo que nos permitiría extraer conclusiones sobre las normas de traducción y los patrones de comportamiento relacionados con la labor de traducción en las instituciones turísticas que publicaron nuestros textos.

Lambert y Van Gorp (1985) sostienen que el investigador no debe limitarse a un mero análisis contrastivo entre el texto origen y su traducción, porque existen otros elementos que pueden influir en el resultado final de una traducción, como pueden ser las consideraciones estéticas, económicas o ideológicas. En el caso del estudio de los textos propios de los inicios del discurso turístico moderno, será necesario enmarcar los textos originales y sus traducciones en los contextos socioculturales e históricos específicos en los surgieron, con el fin de buscar una explicación coherente y fundamentada a los ejemplos de ideología que podamos detectar en el análisis de los ejemplares.

#### **4.2.2 La propuesta convergente de Tymoczko (2002)**

El segundo modelo de análisis de traducciones que nos ha servido como elemento articulador y guía de esta tesis doctoral es el esquema propuesto por Tymoczko (2002), que se basa principalmente en las dos dimensiones del análisis de una investigación traductológica: el microanálisis y el macroanálisis, tal y como apunta en la siguiente cita:

In a sense two new infinite orders have opened up: the virtually inexhaustible possibilities suggested by segmenting texts into smaller and smaller linguistic units, and the equally inexhaustible possibilities suggested by the relationship of texts to layer upon layer of context, including the context of other texts. (Tymoczko 2002: 11)

Tymoczko (2002) señala que los investigadores pueden realizar sus estudios desde la dirección macroscópica o desde la microscópica:

[...] a researcher can approach the research from two directions: from the macroscopic direction, by looking at the big picture, by turning a telescope on the culture, so to speak; or from the microscopic direction, by looking at the particularities of the language of a translation through a microscope, as it were. (Tymoczko 2002: 17)

Lejos de apoyar un tipo de análisis y descartar otro, Tymoczko (2014 [1985], 2007: 158-159, 2002) afirma que la mejor forma de trabajo es la doble perspectiva de análisis o “convergencia” del macroanálisis y del microanálisis y propone complementar los datos del nivel macro con los del micro:

[...] ultimately, however, in my view the best work shows a convergence —working toward the macroscopic from the direction of the microscopic, or vice versa, so that one’s data from the macroscopic level are complemented and confirmed by data from the microscopic level. (Tymoczko 2002: 17)

De esta forma equipara ambos tipos de análisis y destaca, sobre todo, la importancia que supone un macroanálisis al ofrecer al lector una ingente cantidad de conocimientos contextuales fundamentales para la comprensión global de los textos:

[...] when we turn the macroscopic investigations of language and text —those that can be seen by turning a telescope on the larger and larger contexts of a text and of humanity, so to speak— the explosion of knowledge has been equally impressive. (Tymoczko 2002: 12)

Chesterman (1997) ya había propuesto anteriormente buscar explicaciones a nivel microtextual y macrotextual en el estudio de traducciones que permitieran entender los textos en su entorno.

Dentro del microanálisis, Tymoczko sugiere catalogar de forma sistemática la información lingüística y extralingüística encontrada:

In looking for textual evidence, one should have either a mental or formal checklist of the various linguistic levels to watch: phonology (as reflected in names or borrowed words, for example), lexis, semantics, morphology, grammar, syntax, idioms, metaphors, register, dialect, and so forth. One should also consider physical aspects of the translation as object at this stage, including the form of publication, publisher, series and publishing context, cost, binding, title, illustrations and typeface. (Tymoczko 2002: 18)

El siguiente paso que propone Tymoczko es preguntarse qué significado tienen los elementos textuales en la posición cultural e ideológica.

### 4.2.3 Otras propuestas conciliadoras

Los modelos de análisis de traducciones de Lambert y Van Gorp (1985) y de Tymoczko (2002) han servido como inspiración metodológica en otras investigaciones, como las tesis doctorales de Rioja Barrocal (2008) o de Meseguer Cutillas (2014).

En su tesis doctoral, Rioja Barrocal (2008) proporciona una herramienta metodológica para explorar la censura en la traducción de textos durante la España franquista. Su propuesta se basa en un modelo específico fruto de las investigaciones de Toury (1995), Lambert y Van Gorp (1985), Leuven-Zwart (1989), Gutiérrez Lanza (2000) y Tymoczko (2002). El modelo de análisis Rioja Barrocal (2008) sugiere un estudio sistemático y coherente dividido en tres fases:

- a) estudio preliminar;
- b) estudio textual;
- c) recepción de la obra en España.

En la primera fase (estudio preliminar), se exploran los contextos emisores y receptores en los que se enmarca la obra objeto de estudio y se estudian los expedientes de censura de la obra. La segunda fase (estudio textual) se subdivide en dos partes: el estudio macrotextual (cambios en la estructura y distribución de la información dentro de la obra) y el estudio microtextual (desviaciones del TO a nivel formal, sintáctico y pragmático). Por último, en la tercera fase (recepción de la obra), se exponen los resultados del análisis en relación con las normas de traducción.

La utilidad y aplicabilidad al estudio de la censura de la propuesta de Rioja Barrocal (2008) hizo que Meseguer Cutillas (2014) aplicara este método de análisis a su objeto de estudio. Además, Meseguer Cutillas (2014) completa esta propuesta con el uso de material extratextual procedente del Archivo General de la Administración (en adelante AGA) situado en Alcalá de Henares, Madrid (España), que precisamente también es una de nuestras fuentes documentales, como recogemos más adelante.

En su tesis doctoral, Meseguer Cutillas (2014) propone adoptar un enfoque ecléctico que tenga la base sólida y científica defendida por los enfoques lingüísticos, pero que se complemente con la orientación socio-histórica y crítica de los enfoques culturales. Este enfoque permite al investigador conciliar los estudios cuantitativos con los cualitativos.

Meseguer Cutillas (2014) sugiere un modelo de análisis dividido también en tres fases que denomina:

- a) contextualización;
- b) estudio textual;
- c) recepción de la obra en España.

En la fase de contextualización (que sería la fase extratextual de Lambert y van Gorp) se enmarcan las obras dentro de su contexto sociocultural e histórico específico y se realiza en un estudio preliminar de la obra. Esta fase permite adoptar una perspectiva de tipo “macroscópico” y se divide, a su vez, en varias etapas:

- I. el autor y su obra;
- II. caracterización del TO;
- III. expediente del AGA: datos relativos a la publicación de la obra.

La segunda fase es la del estudio textual (que se correspondería con el estudio microtextual de Lambert y van Gorp). Se subdivide también en:

- I. estudio comparativo (manual) entre el TO y TM con especial atención las “marcas” con carga ideológica (sexual, religiosa o política);
- II. identificación de las estrategias o los mecanismos de acción que emplearon los censores y cuantificación de datos;
- III. análisis cualitativo: selección y comentario de ejemplos significativos;
- IV. correspondencia documental (expedientes del AGA).

Por último, en la fase de recepción (estudio intersistémico de Lambert y van Gorp) se contrasta la información obtenida de las dos primeras fases, para establecer patrones de comportamiento del censor. Es decir, en esta etapa se relaciona el análisis contextual y textual con el material documental de los expedientes del AGA y con los testimonios de cinco personas entrevistadas (escritores, investigadores, traductores, entre otros).

A nuestro juicio, ambas propuestas aportan resultados de gran valor sobre la relación entre la traducción y la ideología, lo que nos hace reflexionar sobre su aplicación al estudio de nuestras unidades de análisis.

### **4.3 Búsqueda y recopilación de los materiales de investigación**

Como hemos señalado previamente, en los Estudios Descriptivos de Traducción, la tarea del investigador es recoger, seleccionar y analizar datos empíricos en una progresión metodológica sólida que asegure su utilidad e interrelación con otros estudios similares sobre otros fenómenos.

Esta investigación tiene una base empírica que radica en dos tipos diferentes de unidades de análisis: las textuales y las contextuales, puesto que no solo estudiamos los textos, sino también el contexto en el que se generaron.

Las unidades de análisis textuales son el catálogo de 42 textos origen y traducciones al alemán y el corpus textual formado por nueve textos originales y sus traducciones. El catálogo, que presentamos en el apartado 4.3.2, es el punto de partida de esta investigación. El corpus textual surge de la selección de ejemplares del catálogo, de acuerdo con unos criterios establecidos, tal y como recogemos en el apartado 4.3.3. Tanto el catálogo como el corpus textual son bases empíricas completamente originales que hemos dotado del formato adecuado para su estudio.

Las unidades de análisis contextuales, que incluimos en el apartado 4.4.1.1, nos han permitido estudiar la realidad turística en España desde 1928 a 1939 y generar conocimiento también en el plano contextual.

La localización de todas estas unidades de análisis ha sido posible gracias al trabajo de campo llevado a cabo en diferentes fondos documentales, que es esencial en las investigaciones en traducción de tipo sociológico y revisamos a continuación.

#### **4.3.1 Localización de los materiales de investigación**

El trabajo de campo constituye un elemento clave en toda investigación de tipo cualitativo y, más específicamente, en toda investigación sobre la agentividad en traducción de tipo socio-historiográfico. Además, resulta muy enriquecedor no sólo para el trabajo de investigación en sí, sino también para el crecimiento personal y profesional del propio investigador.

Por otro lado, antes de iniciar una investigación basada en el trabajo de campo en archivos, bibliotecas o centros de documentación, es importante tener en cuenta algunos factores externos. Por ejemplo, la forma de acceso al lugar en cuestión y a la información que custodia: ¿es necesario visitar el archivo con una cita previa o se puede acceder libremente a él?, ¿se puede acceder a la información de forma *on-line* o se

debe visitar el archivo de forma presencial?, ¿se puede recopilar el material de forma gratuita o se tiene que abonar un coste de reproducción?, ¿se puede recopilar el material de forma inmediata?, ¿el envío del material se hace de forma digital u ordinaria por correo postal?, etc. Como veremos, estas son algunas de las cuestiones que pueden agilizar o ralentizar el proceso de investigación y que los investigadores deben considerar.

A continuación, presentamos los fondos documentales y bases de datos donde se localiza el material textual y contextual que respalda nuestro estudio.

#### 4.3.1.1 Archivo Histórico del Turismo<sup>99</sup>

El primer archivo que visitamos presencialmente, hasta en cuatro ocasiones, fue el Archivo Histórico del Turismo (en alemán *Historisches Archiv zum Tourismus*, en adelante HAT) situado en el Centro de Estudios Metropolitanos (en inglés *Center for Metropolitan Studies*) de la Universidad Técnica de Berlín (en alemán *Technische Universität Berlin*) (Alemania). Los comienzos del HAT se remontan al año 1929, cuando el Prof. Dr. Robert Glücksmann funda en Berlín el primer instituto para el estudio científico del turismo (en alemán *Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr*). Más tarde, en 1986 la Universidad Libre de Berlín (en alemán *Freie Universität Berlin*) crea una colección sobre la historia y el presente del turismo, que a principios del siglo XX pasó a llamarse Archivo Histórico del Turismo (en alemán *Historisches Archiv zum Tourismus*).

El HAT constituye un fondo documental único, que recopila documentos turísticos históricos procedentes de todo el mundo, que comprenden desde el siglo XVII hasta la actualidad y están escritos mayoritariamente en lengua alemana<sup>100</sup>. Dispone también de un catálogo digitalizado, que cuenta con un total de aproximadamente 16.000 ejemplares muy diversos (monografías, revistas, carteles y mapas) y se puede consultar presencialmente o también a través de un documento en formato PDF que recoge todas las obras y que puede descargarse en su sitio web<sup>101</sup>.

Además, dispone de una colección de 50.000 folletos no catalogados pero ordenados con arreglo a un criterio geográfico.

<sup>99</sup> Para más información sobre el Archivo Histórico del Turismo (HAT), remitimos a su sitio web oficial: <https://hist-soz.de/hat/archiv.html> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>100</sup> Guías, relatos de viajes, estadísticas, folletos, revistas especializadas y no especializadas, carteles, mapas, correspondencia, álbumes de fotos, etc.

<sup>101</sup> El catálogo digitalizado del Archivo Histórico del Turismo (HAT) se puede consultar en: [https://hist-soz.de/hat/A\\_STD-R.pdf](https://hist-soz.de/hat/A_STD-R.pdf) [Último acceso 14.04.2023]



**Ilustración 8. Depósitos del Archivo Histórico del Turismo (HAT)<sup>102</sup>**



**Ilustración 9. Depósitos del Archivo Histórico del Turismo (HAT)<sup>103</sup>**

El investigador puede acceder a este archivo únicamente mediante cita previa, acordada con el director del HAT, el Prof. Dr. Hasso Spode, vía mail. Una vez allí deberá firmar una Autorización Temporal de Consulta, que acredite que usará la información del archivo para fines de investigación, y podrá acceder al material de forma libre y gratuita.

En la primera visita al HAT, intentamos establecer una visión general de los materiales que nos interesaba recopilar para la investigación, y nos centramos en los folletos en alemán no catalogados digitalmente. Los recursos sobre España están identificados con la referencia S32, se clasifican en dos periodos temporales y se organizan en cuatro cajas: (a) folletos editados hasta 1945: caja S32-XX-45, y (b) folletos editados entre 1945 a 1980: caja S32-XX-45-80-1, caja S32-XX-45-80-2 y caja S32-XX-45-80-3.

Curiosamente, existe otra caja que reúne todos los folletos turísticos dedicados a la isla de Mallorca (referenciada como caja S32-Mallorca). Mallorca ha tenido desde tiempos remotos mucha importancia para el turista alemán y ha sido siempre el principal destino de los alemanes en España.

---

<sup>102</sup> Imagen tomada de: <https://hist-soz.de/hat/archiv.html> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>103</sup> Imagen tomada de: <https://hist-soz.de/hat/archiv.html> [Último acceso 14.04.2023]

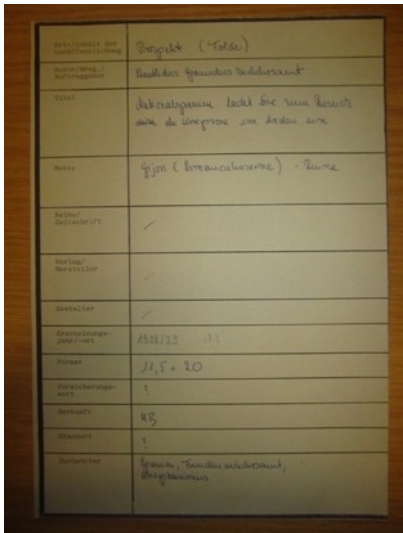


En su momento, descartamos los ejemplares que no estaban encuadrados en la cronología establecida (1928-1939) y los que combinaban información turística sobre España y Portugal. Por tanto, nos interesaban los ejemplares que contenía la caja S32-XX-45.

Muchas de las publicaciones del HAT carecen de una datación cronológica concreta. Este hecho dificultó la datación de los ejemplares en cuestión. Para resolver estas dudas cronológicas y vencer este obstáculo, tuvimos que recurrir a la búsqueda de los textos origen<sup>104</sup> en otras localizaciones como, por ejemplo, el Centro de Documentación Turística de España, y comprobar las fechas de los ejemplares.

En cuanto a la forma de consultar los ejemplares, los propios investigadores disponen de las cajas y las consultan. En el interior de cada caja se hallan las publicaciones turísticas. En algunos casos, a cada publicación turística le precede una ficha como la que se muestra en la Tabla 10. El investigador tiene la libertad de fotografiar de forma gratuita todos los ejemplares que considere necesario, lo que agiliza mucho el proceso de investigación.

**Tabla 10. Transcripción literal de la ficha documental del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM* en alemán del HAT<sup>105</sup>**

	Art-inhalt der Veröffentlichung	Prospekt (Folder)
	Autor/Hrsg./ Auftraggeber	Staatliches Spanisches Verkehrsamt
	Titel	Nationalspanien ladet Sie zum Besuch der Kriegszone im Norden ein
	Motiv	Gijon (Simancakaserne) - Ruine
	Reihe/Zeitschrift	-
	Verlag/Hersteller	-
	Gestalter	-
	Erscheinungs-jahr/-ort	1938/39 (?)
	Format	11,5x20
	Versicherungs-wert	?
	Herkunft	HB
	Standort	?
	Suchwörter	Spanien, Fremdenverkehrsamt, Kriegstourismus

<sup>104</sup> A modo aclaratorio, el HAT contiene las traducciones al alemán de los ejemplares publicados en español por las instituciones turísticas españolas de aquella época.

<sup>105</sup> Transcripción de acuerdo con el original.

El HAT ha sido especialmente importante para nuestra investigación y, en concreto, para el arranque de todo este proyecto, como indicamos en la introducción de esta tesis doctoral. Además, en el HAT hemos localizado la traducción al alemán de uno de los folletos turísticos de nuestro catálogo publicados por el Servicio Nacional del Turismo.

#### **4.3.1.2 Centro de Documentación Turística de España<sup>106</sup>**

En la fase de recopilación del material de investigación consultamos el Centro de Documentación Turística de España (en adelante CDTE) del Instituto de Estudios Turísticos situado en Madrid (España). El CDTE nace dentro del Instituto de Estudios Turísticos, y en 1985 se formaliza como centro nacional de documentación turística. Está considerado uno de los centros de documentación sobre turismo más importante del mundo, tanto por el número de documentos que custodia como por la calidad de los mismos.



**Ilustración 10. Depósitos del Centro de Documentación Turística de España (CDTE)<sup>107</sup>**

EL CDTE recopila, analiza, custodia y difunde información y documentos relativos al turismo, ofrece al usuario atención personalizada, bibliografías temáticas y ordenadores para realizar búsquedas *on-line*.

---

<sup>106</sup> Para más información sobre el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), remitimos a su sitio web oficial: <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/paginas/CentroDocumentacion.aspx> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>107</sup> Imagen tomada de: <https://www.hosteltur.com/129027-viaje-a-las-profundidades-del-turismo.html> [Último acceso 14.04.2023]

El CDTE cuenta con más de 120.000 referencias documentales informatizadas, consultables a través de su catálogo digital, referidas a carteles y folletos turísticos, revistas y monografías especializadas en turismo, publicaciones institucionales y legislación, muchas de ellas descargables desde el propio catálogo. Esta es, sin duda, una de las grandes ventajas del CDTE. Además, el investigador puede realizar búsquedas de forma sencilla, libre y gratuita en el catálogo digitalizado, sin la necesidad de visitarlo presencialmente. Al comienzo de nuestra investigación doctoral, para la búsqueda avanzada de las obras se utilizaban formularios como el que incluimos en la Ilustración 11.

**Ilustración 11. Búsqueda avanzada en el catálogo del CDTE (2016)**

Antiguamente, una vez que el investigador había localizado las obras en el catálogo digitalizado, elaboraba una lista con los títulos, firmas y códigos de barras de los ejemplares, y se ponía en contacto vía mail con la jefa de servicio del Centro de Documentación Turística de España (en el momento de nuestras consultas D<sup>a</sup>. Eva Concejal López<sup>108</sup>), quien remitía las obras digitalizadas vía mail y de forma gratuita. En la actualidad, este proceso ha cambiado: se pueden realizar préstamos directamente a

<sup>108</sup> La Sra. Concejal López también nos aportó información valiosa sobre otras obras que podrían ser de nuestro interés y nos remitió a otros fondos documentales (Archivo General de la Administración y Biblioteca Nacional de España), que consultamos posteriormente.

través del sitio web del CDTE, una vez se haya realizado la búsqueda concreta y localizado el ejemplar en cuestión (v. Ilustración 12).

The screenshot shows a catalog entry for 'Palma de Mallorca'. At the top, the record number is 123169. On the left, there is a thumbnail of the document cover. To the right, the metadata is displayed in a structured format:

- Autor Corporativo:** Patronato Nacional del Turismo (España)
- Título:** Palma de Mallorca
- Pie de imprenta:** Madrid : Patronato Nacional del Turismo, [entre 1928-1939]
- Descripción:** [8] p. : il. ; 17 cm.
- Materia:** Destinos turísticos, Folletos, Islas, Patrimonio cultural, Promoción turística
- Materia Nombre Geogr...:** Baleares (Comunidad Autónoma), Mallorca, Palma
- Título Relacionado:** Palma de Mallorca : (Staatliches Verkehrsamt Sapiens)
- Tags públicas:** Patronato, Nacional, Turismo

Below the metadata, there is a table with 8 columns: Código de barras, Biblioteca, Clasificación, Vol. / Pte. / No. / Tomo / Ejemplar, Ubicación, Tipo, and Estado. The table lists two records from the CDTE library, both classified as F4-I-221938 and identified as 'Folletos Turísticos'.

Código de barras	Biblioteca	Clasificación	Vol. / Pte. / No. / Tomo / Ejemplar	Ubicación	Tipo	Estado
00042598	CDTE	F4-I-221938		Folletos Turísticos	Folleto	Disponible
00042599	CDTE	F4-I-221938-alemán		Folletos Turísticos	Folleto	Disponible

**Ilustración 12. Ejemplo de registro del catálogo del CDTE: la hoja de ciudad *Palma de Mallorca***

Como hemos mencionado en el apartado anterior, el CDTE nos sirvió, primeramente, como fuente oficial para la datación cronológica de las publicaciones en alemán encontradas en el HAT.

Además, en el CDTE localizamos gran parte de los ejemplares que conforman nuestro catálogo, las dos *Memorias* publicadas por el Patronato Nacional del Turismo en 1930 y 1931, que, como veremos más adelante, constituyen una fuente primaria de gran valor para la investigación.

#### 4.3.1.3 Archivo General de la Administración<sup>109</sup>

Otro archivo, que también visitamos presencialmente en varias ocasiones, fue el Archivo General de la Administración (AGA) situado en Alcalá de Henares, Madrid (España). El AGA es uno de los archivos generales dependientes del Ministerio de Educación y Cultura y fue creado en 1969. Es heredero del desaparecido Archivo General Central de Alcalá de Henares, incendiado fortuitamente durante la Guerra Civil española en 1939.

<sup>109</sup> Para más información sobre el Archivo General de la Administración (AGA), remitimos a su sitio web oficial: <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/archivos/mc/archivos/aga/portada.html> [Último acceso 14.04.2023]



La función principal del AGA es recoger, seleccionar, conservar y disponer para la información y la investigación científica los fondos documentales de la Administración pública que carezcan de vigencia administrativa. Dentro del actual sistema archivístico español, el AGA es un archivo intermedio, es decir, el nexo de unión entre los archivos centrales de las instituciones productoras y el Archivo Histórico Nacional, último depósito para aquella documentación que ha perdido el valor administrativo y ha adquirido valores históricos.

El AGA custodia documentación producida por la Administración Central, documentación de las extinguidas instituciones franquistas, documentación de otros organismos que, de acuerdo con convenios firmados con el Ministerio, han sido depositados en el mismo y documentación de archivos privados adquiridos por el Ministerio. Por tanto, es una fuente de información de documentación de los siglos XIX y XX, tanto en el ámbito civil como judicial. Se trata de un archivo de gran volumen documental, de hecho, es el tercer archivo más grande del mundo en volumen documental. La biblioteca del AGA es el principal instrumento de apoyo bibliográfico para investigaciones documentales y posee una colección especializada en historia contemporánea. Además, cuenta con casi 18.000 monografías y revistas accesibles a través de la Sala de Consultas.



**Ilustración 13. Depósitos del Archivo General de la Administración (AGA)<sup>110</sup>**

<sup>110</sup> Imagen tomada de: <https://www.documentis.es/listings/archivo-general-de-la-administracion/> [Último acceso 14.04.2023]

El investigador puede acceder libre y gratuitamente a este fondo documental sin cita previa. Al igual que en el otro archivo que consultamos presencialmente, el HAT de Berlín, una vez allí, el investigador necesitará disponer de la Tarjeta Nacional de Investigador o una Autorización Temporal de Consulta, que se facilitan en el mismo archivo.

El AGA dispone de sitio web, pero sus fondos no están digitalizados, y ni siquiera la consulta de su catálogo *on-line* sirve de gran ayuda, aunque es recomendable ojear previamente el cuadro de clasificación de la documentación.

Además, la forma de consulta del material documental *in situ* es más laboriosa que la del HAT de Berlín. Los expedientes se encuentran situados dentro cajas o legajos, que el jefe de sala pone a disposición del investigador previa solicitud por escrito. En el caso de que el investigador desee disponer a título privado del material consultado, deberá rellenar una solicitud de reproducción de documentos con sus datos personales y los del material que desea recibir (fecha del documento, descripción del documento, signatura, fotografía/diapositiva/copia digital, tamaño/resolución y signatura topográfica). Además, deberá abonar el importe correspondiente a la venta de imágenes digitales, fotocopias y otros productos de reprografía. Una vez recibido el importe, el AGA remite por correo postal los documentos digitalizados en un CD. Como es lógico, esta forma de proceder repercute en el proceso de investigación, que se ralentiza demasiado, ya que el investigador no puede disponer rápidamente de los materiales que desea.

La documentación producida por el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo se encuentra depositada en el AGA. En concreto, nos interesaban los expedientes integrados dentro del inventario 49.2. de la sección 3 (Cultura). En el AGA (y en el CDTE) localizamos la mayor parte de los ejemplares de nuestro catálogo.

#### **4.3.1.4 Biblioteca Nacional de España<sup>111</sup>**

Por último, también consultamos la Biblioteca Nacional de España (en adelante BNE) situada en Madrid (España). La BNE recibe y conserva ejemplares de todos los libros publicados en España. Además, atesora una valiosísima colección de incunables, manuscritos, estampas, dibujos, fotografías, grabaciones sonoras, partituras, etc. La

---

<sup>111</sup> Para más información sobre la Biblioteca Nacional de España (BNE), remitimos a su sitio web oficial: <http://www.bne.es/es/Inicio/index.html> [Último acceso 14.04.2023]

BNE fue fundada por Felipe V a finales de 1711, y en 1712 abrió sus puertas como Real Biblioteca Pública. Por un privilegio real, precedente del actual depósito legal, los impresores debían depositar un ejemplar de los libros impresos en España. En 1836, la Biblioteca dejó de ser propiedad de la corona, pasó a depender del Ministerio de la Gobernación y recibió el nombre de Biblioteca Nacional por primera vez.



**Ilustración 14. Depósitos de la Biblioteca Nacional de España (BNE)<sup>112</sup>**

Para poder consultar los fondos de la BNE de forma presencial, el investigador deberá en posesión de un carné de lector o la Tarjeta Nacional de Investigador. Las Salas de Exposiciones y el Museo de la Biblioteca, donde se realizan diversas exposiciones y actividades culturales, son de libre acceso.

La BNE dispone de obras en libre acceso y obras en los depósitos. La mayoría de los documentos se encuentran en los depósitos de la Biblioteca y deberán solicitarse al bibliotecario de cada sala. Además, dispone de un catálogo general en el que se pueden consultar las referencias bibliográficas de todos los documentos conservados en la Biblioteca: libros, manuscritos, prensa, material gráfico, partituras, audiovisuales y registros sonoros.

Al igual que sucedía en el CDTE, el acceso libre y gratuito al catálogo digitalizado es una de las grandes ventajas de la BNE, lo que permite al investigador realizar búsquedas de las obras que le interesen, sin la necesidad de visitarlo presencialmente.

---

<sup>112</sup> Imagen tomada de: <http://www.bne.es/es/AreaPrensa/MaterialGrafico/TrabajoBibliotecario/LaBNEporDentro/index.html> [Último acceso 14.04.2023]

Para la búsqueda avanzada de las obras, se utilizan formularios como el que mostramos en la Ilustración 15. Una vez localizada la obra, la BNE ofrece información sobre el material mediante un registro (v. Ilustración 16).



Ilustración 15. Búsqueda avanzada en el catálogo de la BNE

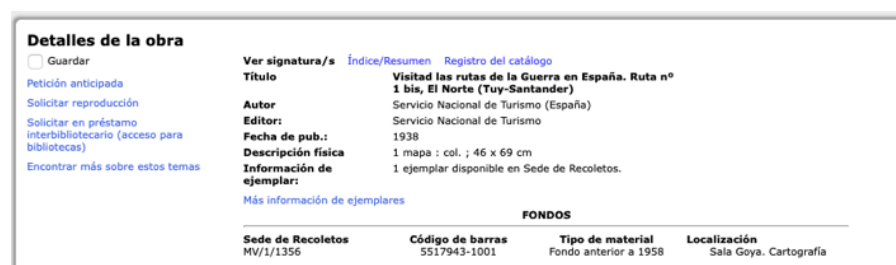


Ilustración 16. Ejemplo de registro del catálogo de la BNE: el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*

En el caso de que el investigador desee disponer a título privado del material consultado, deberá rellenar un formulario de reproducción de documentos con sus datos personales, el tipo de uso que dará al material solicitado y los datos del material en cuestión que desea recibir (tipo de material, signatura, código de barras, título, autor y lugar/editor/año de publicación). Además, deberá abonar el importe correspondiente.

El investigador tiene la posibilidad de recibir los documentos en formato digital, a través de un enlace de descarga, o mediante una copia en formato impreso por correo postal. Una vez recibido el importe, la BNE pone a disposición del investigador los documentos solicitados. De manera similar al AGA, este procedimiento retrasa





La Circular de 22 de septiembre de 1836 estableció que los Reales Decretos, órdenes e instrucciones que dictara el Gobierno se considerarían obligatorios desde el momento en el que fueran publicados en la Gazeta. De esta forma, la Gazeta pasó a convertirse en el órgano de expresión legislativa y reglamentaria por excelencia, aunque mantuvo los contenidos relativos a noticias del mundo y de España.

Posteriormente, la Instrucción de 11 de agosto de 1886 reguló la estructura y los contenidos de la Gazeta, configurándola como el boletín oficial que aseguraba la publicación sistemática de las disposiciones del Estado.

Es importante señalar que, desde sus inicios y a lo largo de su historia, la Gazeta recibió diferentes títulos y que, a veces, convivieron varios diarios oficiales con diferentes denominaciones (v. Ilustración 18). Durante la Guerra Civil se editaron en paralelo dos periódicos oficiales: el Gobierno de la República continuó publicando la *Gaceta de Madrid*, pero cambiando su nombre desde el 10 de noviembre de 1936 por *Gaceta de la República*; mientras que el Gobierno con sede en Burgos, utilizó desde el 2 de octubre de 1936 la denominación *Boletín Oficial del Estado*, para distinguirse de la edición de la República. Finalizada la guerra, la publicación mantendría este último título hasta la actualidad.

La Gazeta puede consultarse a través del formulario de búsqueda avanzada en su sitio web (v. Ilustración 19). Tras efectuar la búsqueda, se recupera un listado de resultados en el aparecen reseñados los documentos localizados con los siguientes datos: título, datos de publicación (denominación, número de diario y fecha de publicación) y departamento. Los documentos pueden descargarse de forma libre y gratuita en formato PDF.

En nuestra investigación, hemos utilizado la Gazeta para la búsqueda de material contextual (legislación y documentos oficiales) relacionado con las instituciones turísticas españolas que estudiamos. Concretamente, durante el periodo en el que se encuadra esta investigación, la Gazeta se denominaba *Gaceta de Madrid*, *Gaceta de la República* y *Boletín Oficial del Estado*, tal y como indicamos recuadrado en la Ilustración 18.

Denominación	Periodo
<b>Gazeta nueva de los sucesos políticos y militares de la mayor parte de Europa</b>	enero de 1661 - diciembre de 1662
<b>Gazeta ordinaria de Madrid</b>	4 de julio de 1677 - 2 de abril de 1680
<b>Nuevas ordinarias de los sucesos del Norte</b> El primer número disponible es del 16 de noviembre.	1683 - 26 de marzo de 1697
<b>Gaceta de Madrid</b> El núm. 1 se publicó como <i>Nuevas ordinarias del Norte...</i> Desde el 1 de abril de 1934 al 8 de noviembre de 1936 se denominó <i>Gaceta de Madrid : Diario Oficial de la República</i> .	2 de abril de 1697 (núm. 2) - 8 de noviembre de 1936
<b>Gazeta Ministerial de Sevilla</b>	1 de junio de 1808 - 10 de enero de 1809
<b>Gaceta del Gobierno</b>	6 de enero de 1809 - 29 de agosto de 1809
	1 de julio de 1820 - 11 de marzo de 1821
<b>Gazeta de la Regencia de España e Indias</b>	13 de marzo de 1810 - 25 de enero de 1812
<b>Gazeta de la Regencia de las Españas</b>	28 de enero 1812 - 10 de mayo de 1814
<b>Gazeta de Madrid baxo el Gobierno de la Regencia de las Españas</b>	17 de agosto de 1812 - 30 de diciembre de 1813
<b>Gazeta Española</b>	11 de abril de 1823 - 3 de octubre de 1823
<b>Boletín Oficial de la Junta de Defensa Nacional de España</b>	25 de julio de 1936 - 2 de octubre de 1936
<b>Gaceta de la República</b>	10 de noviembre de 1936 - 28 de marzo de 1939
<b>Boletín Oficial del Estado</b> Desde el 28 de febrero de 1961 al 23 de julio de 1986 se denominó <i>Boletín Oficial del Estado: Gaceta de Madrid</i> .	2 de octubre de 1936 - hasta la actualidad

Ilustración 18. Diferentes denominaciones de la *Gazeta*<sup>115</sup>

Ilustración 19. Búsqueda avanzada en la base de datos *Gazeta*

<sup>115</sup> Imagen tomada de: [https://www.boe.es/diario\\_gazeta/denominaciones.php](https://www.boe.es/diario_gazeta/denominaciones.php) [Último acceso 14.04.2023]

### **4.3.2 El punto de partida: el catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán**

La presente investigación tuvo como punto de partida la catalogación digital<sup>116</sup> de un total de 42 textos turísticos publicados por las instituciones turísticas españolas entre 1928 y 1939. Desde el inicio y ante la gran cantidad de material textual y contextual recopilado en el trabajo de campo, fuimos conscientes de que debíamos sistematizar la labor de recolección y plasmar los resultados por escrito de manera clara y concisa. Por este motivo, la catalogación fue un elemento esencial en este proceso y se convirtió en uno de los primeros resultados de la investigación.

#### **4.3.2.1 Los criterios de confección del catálogo**

Para la confección del catálogo, se tuvieron en cuenta principalmente cuatro criterios objetivos, a saber: el periodo temporal, el organismo de publicación, la combinación lingüística (lengua origen y meta) y el género textual de los ejemplares en cuestión. La selección de los ejemplares se realizó siguiendo unos criterios objetivos que obedecen al siguiente orden:

##### **a) Periodo temporal: 1928-1939**

La primera idea fue la de estudiar publicaciones turísticas editadas entre 1928 y 1951. Sin embargo, esta idea fue descartada en el transcurso de la investigación, debido al carácter tan cualitativo de la misma y por razones lógicas de tiempo y recursos personales.

A partir de nuestras investigaciones sobre el contexto histórico-turístico, pudimos determinar que el periodo comprendido entre 1928 y 1939 proporcionaba una cantidad significativa de información y nos permitía obtener una visión precisa y detallada sobre los inicios del discurso turístico moderno y su traducción.

##### **b) Autoría: organismo de publicación**

El denominador común, que comparten todos los textos entre sí, es que son ejemplares originales y auténticos que fueron publicados por las instituciones turísticas españolas existentes en el periodo indicado, es decir, por el Patronato Nacional del

---

<sup>116</sup> Recogemos el cuadro-resumen del catálogo en el Anexo III del epígrafe 13.3.

Turismo y el Servicio Nacional del Turismo. Esto significa que nuestro catálogo no incluye publicaciones editadas a título privado por empresas del sector turístico, sino productos textuales que forman parte de la política turística llevada a cabo por los organismos turísticos estatales españoles en diferentes etapas entre 1928 y 1939.

Tener en cuenta este criterio ha sido relativamente sencillo, ya que, al ser trabajos encargados por la Administración, cada organismo dejaba clara su autoría en los textos que publicaba, bien sea en la portada, o en la última página. Las instituciones turísticas constan como emisoras de la obra, mientras que no se incluyen explícitamente ni el nombre del autor del TO ni el nombre del traductor.

#### **c) Combinación lingüística: lengua origen y meta**

La búsqueda se centró en textos turísticos institucionales que dataran de las primeras etapas de la promoción turística institucional y que estuvieran escritos originalmente en español y traducidos al alemán. Esta decisión viene motivada por una cuestión puramente pragmática, que atañe a nuestro perfil investigador y profesional. En algunos casos, los originales en español y sus traducciones al alemán se encontraban en fondos documentales diferentes. Por este motivo, la recopilación del material de investigación se ha extendido a tres fondos documentales españoles y a uno alemán. Como es lógico, este hecho ha influido en el proceso de investigación.

#### **d) Género textual: lengua del turismo**

Este criterio ha sido fundamental y el catálogo está formado por textos pertenecientes a diferentes géneros textuales propios de los inicios del discurso turístico moderno en España, que explicamos en detalle en los respectivos estudios de caso.

### **4.3.2.2 El proceso de confección del catálogo**

Una vez establecimos los criterios de selección de los ejemplares del catálogo, comenzamos con la confección del mismo.

El **primer paso** fue elaborar el catálogo de los textos en español, para lo que recurrimos a la consulta y trabajo de campo en diferentes archivos.

El **segundo paso** fue la recopilación de las traducciones al alemán de los textos en español. En esta fase también recurrimos a la búsqueda en diferentes fondos documentales. En ocasiones, el primer texto que encontramos fue el traducido, por lo que el proceso de búsqueda se produjo “a la inversa” y tuvimos que localizar los

originales en español. Así pues, conseguimos confeccionar un catálogo de textos origen en español y sus respectivas traducciones al alemán<sup>117</sup>.

Sin duda, estos dos primeros pasos fueron los más duraderos de todo el proceso de investigación, ya que el material estaba custodiado en diferentes localizaciones con formas de acceso a la información específicas.

El **tercer paso** fue clasificar cada una de las publicaciones de acuerdo con la institución turística que la publicó. Optamos por una clasificación según los organismos centrales responsables de la publicación, ya que no consta una datación cronológica explícita en los propios ejemplares. El carácter efímero de este medio de promoción implica que, en la mayor parte de los casos, no se mencione una fecha concreta de edición por parte de los organismos responsables de la publicación del documento<sup>118</sup>. Así, conformamos dos grupos diferenciados:

- las publicaciones del Patronato Nacional del Turismo (1928-1939);
- las publicaciones del Servicio Nacional del Turismo (1938-1939).

Además, dentro de las publicaciones del Patronato Nacional del Turismo y gracias a la lectura de bibliografía del ámbito turístico estatal español, también diferenciamos dos grupos de materiales:

- las publicaciones del PNT en su fase monárquica (1928-1931);
- las publicaciones del PNT en su fase republicana (1931-1939).

En ese momento de la investigación, la fase de organización del material recopilado se simultaneó con la fase de búsqueda, localización y lectura de información oficial y material documental disponible sobre los organismos de publicación y su labor editorial y traductora, que nos permitió realizar un análisis preliminar del contexto histórico-turístico.

El **cuarto paso** fue realizar un análisis de los datos preliminares y un análisis macrotextual de todos los textos en español. Este análisis, nos permitió localizar similitudes y diferencias principalmente estructurales y genéricas entre los ejemplares. Con ello pudimos identificar (lo que parecían ser) géneros textuales propios de la lengua del turismo de aquel momento.

---

<sup>117</sup> Como veremos, a excepción del ejemplar *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*.

<sup>118</sup> En algunos casos, además, se ha tenido que recurrir a la lectura de documentos oficiales complementarios.

El **quinto paso** fue agrupar los ejemplares según esos géneros textuales. Así, observamos tres principales grupos de géneros textuales: *hoja plegable*, *hoja de ciudad* y *folleto turístico*<sup>119</sup>. Esta fase también fue paralela a la de búsqueda, localización y lectura de información oficial y material documental sobre la labor editorial y traductora de los organismos de publicación, así como sobre el concepto de género textual en la lengua del turismo.

El **sexto y último paso** fue diseñar el cuadro-resumen con todos los ejemplares del catálogo, que incluimos en el Anexo III (véase epígrafe 13.3). El cuadro-resumen contiene el organismo de publicación, el título del ejemplar en español y en alemán, junto con el nombre del archivo abreviado<sup>120</sup> que custodia el ejemplar en cuestión, y el género textual del mismo.

Este catálogo ha sido elaborado únicamente para los fines de este estudio, puesto que no existen catálogos que puedan responder a las necesidades específicas de nuestra investigación. Por tanto, el catálogo constituye una base empírica localizada completamente única y original, que puede enriquecer a su vez los fondos documentales de los archivos, la biblioteca y el centro de documentación presentados anteriormente.

El definitiva, el catálogo fue el punto de partida de nuestra investigación y es la base sobre la que se fundamenta la siguiente fase: la selección de textos representativos, que revisamos en el siguiente apartado.

#### **4.3.3 El corpus de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán**

Antes de continuar, nos gustaría puntualizar el concepto de *corpus* en esta investigación. Siguiendo a Laviosa (2010: 80-81), un corpus es “a collection of authentic texts held in electronic form and assembled according to specific design criteria” y puede ser:

- a) *sample or monitor*;
- b) *synchronic or diachronic*;
- c) *general or specialized*;
- d) *monolingual, bilingual or multilingual*;
- e) *written, spoken, mixed or multi-modal*;
- f) *annotated or non-annotated*.

<sup>119</sup> Dentro de este grupo genérico se incluyen: dípticos (folletos plegados en dos partes o cuerpos), trípticos (tres partes), cuadrípticos (cuatro partes), polípticos (más de cuatro partes) o cualquier otro formato.

<sup>120</sup> Para más información sobre las abreviaturas, remitimos al *Listado de abreviaturas* de esta tesis doctoral.

Por tanto, de acuerdo con Laviosa, nuestro corpus es un corpus formado por un número concreto de textos, diacrónico (1928-1939), especializado en el discurso turístico, bilingüe (español-alemán), escrito y no anotado. Para los fines de esta investigación, entendemos *corpus textual* como un conjunto de publicaciones turísticas que van a ser analizadas a nivel extratextual, macrotextual y microtextual y que han sido compiladas siguiendo una serie de criterios.

Desafortunadamente, no contábamos con un corpus textual digitalizado ya compilado, que nos permitiera extraer de forma rápida y automática la información específica que buscábamos. Así, seleccionamos un corpus textual coherente compuesto por nueve ejemplares y adaptado a las necesidades, los intereses y los objetivos de una investigación como la nuestra.

Antes de comenzar con el análisis de los ejemplares del corpus, reflexionamos sobre el número de textos que debían componerlo (Toury 2004: 84). A lo largo de esta investigación, fuimos intuyendo lo laborioso que iba a resultar, sobre todo, el proceso de análisis microtextual, por lo que decidimos acotar nuestra muestra en un máximo de nueve ejemplares y elegir el estudio de caso como opción metodológica más válida y razonable.

Hasta cerrar este corpus definitivo, se llevó a cabo un detallado análisis de los datos preliminares y un análisis del macronivel textual de los 42 componentes del catálogo en el que se evaluaron en cada caso las características particulares y genéricas de las publicaciones turísticas objeto de estudio.

Los ejemplares que conforman nuestro corpus fueron elegidos en función de su valor intrínseco al ilustrar las diferentes facetas que diferencian la publicación turística de ese periodo (y su traducción) de cualquier otro tipo de publicación (y de cualquier otro tipo de traducción). Todos ellos son ejemplares representativos de una fase de asentamiento de estos géneros en los inicios del discurso turístico moderno. Partiendo del catálogo, la selección de los ejemplares se realizó de acuerdo con los siguientes criterios objetivos:

#### **a) Organismo de publicación**

Uno de los criterios más decisivos a la hora de elegir los textos ha sido su organismo de publicación, lo que, como sabemos, nos ha permitido organizarlos en torno a dos grupos y concretar su datación cronológica.



Además, con el fin de realizar un análisis comparativo entre las publicaciones de los diferentes organismos y localizar posibles similitudes y diferencias a nivel macroestructural, nos resultaba interesante mostrar al menos un ejemplo de cada uno de los organismos: el Patronato Nacional del Turismo (PNT) y el Servicio Nacional del Turismo (SNT). Más específicamente, nos interesaba analizar ejemplares generados en las dos fases del PNT.

Como hemos apuntado anteriormente, estos organismos de publicación no solo son los responsables de la edición de las versiones españolas, sino también de sus traducciones al alemán. Todos los ejemplares poseen una versión traducida al alemán, excepto el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* publicado por el SNT.

#### **b) Género textual**

Otro de los criterios más relevantes ha sido el género textual de los textos turísticos del catálogo. Al igual que sucedía con el organismo de publicación, hemos considerado relevante incluir en el corpus al menos un ejemplar de los tres géneros turísticos de la época identificados: *hoja plegable*, *hoja de ciudad* y *folleto turístico*.

#### **c) Tema**

La temática no ha sido un criterio fundamental en la selección del corpus. Únicamente lo ha sido en la elección de ejemplares dentro del género textual *hoja de ciudad*. Dentro de este grupo se han seleccionado tres textos con diferentes elementos temáticos: un ejemplar dedicado a un monumento español (El Escorial), otro dedicado a una población en una isla española (Palma de Mallorca) y otro una población de la península (Cádiz). Todos estos destinos comenzaban a sobresalir como puntos de atracción turística por diversas razones. Cabe destacar que los ejemplares del género textual *hoja de ciudad* comparten una temática recurrente, como es la información general sobre la población que promocionan, referencias a la antigüedad del lugar, clima, etnografía, arte, cultura, fiestas, folklore, información práctica, gastronomía, etc.

#### **d) Calidad de las imágenes de los ejemplares**

Por una razón puramente práctica, hemos procurado escoger los ejemplares de los que disponíamos de imágenes con más calidad.

Los tres primeros criterios de selección —organismo de publicación; género textual; elementos temáticos— han sido los que han determinado la selección de las obras de nuestro corpus válido. El cuarto criterio —calidad de las imágenes de los ejemplares— ha sido complementario.

En la Tabla 11 recogemos el corpus textual definitivo. Como podemos observar, el Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica publicó los ejemplares *Los jardines de España*, *El Escorial*, *Palma de Mallorca* y *Cádiz*. El Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana es el responsable de la publicación de las segundas versiones de *El Escorial*, *Palma de Mallorca* y *Cádiz*. El Servicio Nacional del Turismo editó dos ejemplares sobre dos de las Rutas Nacionales de Guerra.

Además, en la tabla indicamos con diferentes colores los géneros textuales a los que pertenecen las publicaciones turísticas. El primer ejemplar, *Los jardines de España*, pertenece al género textual *hoja plegable* (coloreado en verde); el resto pertenecen al género textual *hoja de ciudad* (en naranja<sup>121</sup>). Por último, los dos ejemplares sobre las Rutas Nacionales de Guerra pertenecen al género textual *folleto turístico* (en gris).

**Tabla 11. El corpus de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán**

Organismo de publicación		Título TO	Fecha de publicación	Localización TO	Localización TM	Género textual
PNT	PNT <sup>mon</sup> (1928-1931)	1. <i>Los jardines de España</i>	1929	AGA, (3) 49.2.12.219	AGA, (3) 49.2.12219	<i>hoja plegable</i>
		2. <i>El Escorial</i>	1929	AGA, (3) 49.2.12.221	AGA, (3) 49.2.12.221	<i>hoja de ciudad</i>
		3. <i>Palma de Mallorca</i>	1929	CDTE, F4-I- 221938	CDTE, F4-I- 221938	<i>hoja de ciudad</i>
		4. <i>Cádiz</i>	1930	AGA, (3) 49.2.12.221	AGA, (3) 49.2.12.221	<i>hoja de ciudad</i>
	PNT <sup>rep</sup> (1931-1939)	5. <i>El Escorial</i>	1933	CDTE, F13-II- 223209	CDTE, F13-I- 027244	<i>hoja de ciudad</i>
		6. <i>Palma de Mallorca</i>	1933	CDTE, F4-I- 027255	AGA, (3) 49.2.12.220	<i>hoja de ciudad</i>
		7. <i>Cádiz</i>	1933	CDTE, F1-XX- 223271	CDTE, F1-II- 221781	<i>hoja de ciudad</i>
SNT (1938-1939)		8. <i>La Ruta de Guerra del Norte (1)</i>	1938	BNE, MV/1/1355	HAT, S32-XX- 45	<i>folleto turístico políptico</i>
		9. <i>La Ruta de Guerra del Norte (1bis)</i>	1938	BNE, MV/1/1356	-	<i>folleto turístico políptico</i>

<sup>121</sup> El color naranja se refiere al género *hoja de ciudad*. Empleamos el color naranja más oscuro para señalar los ejemplares publicados por el Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica, y el color naranja más claro para indicar los ejemplares que publicó el Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana.

En el Anexo IV del epígrafe 13.4 presentamos mediante fichas los nueve ejemplares del corpus textual. Este modelo de ficha nos ha ayudado a sistematizar nuestra labor de recopilación y plasmar los resultados por escrito correctamente. Cada ficha está dividida en las siguientes secciones principales:

- los datos bibliográficos del ejemplar (título, organismo de publicación, traductor, fecha de publicación, localización del TO y del TM);
- el género textual;
- el tema;
- el formato y organización visual del ejemplar: se incluyen las imágenes de los ejemplares en cuestión;
- los datos de interés turístico;
- los elementos no verbales: ilustraciones y nombre de los fotografías.

En los respectivos estudios de caso se estudian todos estos elementos en profundidad y en relación con el concepto de género textual.

#### **4.4 Un modelo de análisis mixto para el análisis discursivo y traductológico de publicaciones editadas por las instituciones turísticas españolas (1928-1939)**

Una vez expuestas de forma sintética las principales aportaciones de los enfoques culturales y sociológicos a los Estudios de Traducción y tomando como referencia las propuestas metodológicas ya presentadas, llega el momento de presentar nuestro propio método de análisis para el estudio del corpus textual.

Esta investigación pretende abarcar algo más de diez años (1928-1939) de labor editorial y traductora del Estado español en material turística, por lo que, en términos metodológicos, requiere la aplicación de un modelo mixto que permita realizar un análisis global de los ejemplares publicados en diferentes momentos de esa década.

Por este motivo, es necesario aplicar un modelo de análisis ecléctico y conciliador, que combine un análisis a nivel extratextual con uno a nivel macrotextual y microtextual, es decir, que favorezca la interrelación entre el contexto histórico-turístico y el lingüístico. Creemos que solo con una propuesta conciliadora podremos estudiar fenómenos que vinculan la traducción con la ideología.

Haciendo esto intentamos contribuir a cerrar la brecha que separa a los enfoques sociológicos y lingüísticos, ya que ambos poseen las claves necesarias para elaborar una metodología acorde a los intereses y objetivos de nuestra investigación. Mientras que los enfoques sociológicos inciden en la importancia de situar a los textos en sus contextos socio-históricos y culturales y de concebir la traducción como una práctica social, los lingüísticos ofrecen una metodología basada en el análisis del corpus, lo que proporciona una base sólida y científica a la investigación. En definitiva, en este trabajo proponemos que los análisis del producto de la traducción complementen los análisis centrados en el proceso de la traducción y viceversa.

Siguiendo los pasos trazados por Lambert y Van Gorp, Chesterman y Tymoczko y basándonos en las propuestas de modelos de análisis de Rioja Barrocal (2008) y Meseguer Cutillas (2014), hemos diseñado una propuesta ecléctica, que es principalmente cualitativa, pero que incluye puntualmente algunas herramientas propias de los diseños de investigación de orientación cuantitativa.

Así, sugerimos el siguiente modelo de análisis, que complementamos de forma paralela con un estudio y revisión de material contextual procedente del trabajo de campo realizado en diferentes localizaciones.

Este apartado, se divide en tres partes, que se corresponden con los tres bloques que componen nuestro modelo de análisis, aplicable a todas las obras que conforman el corpus textual. El apartado queda estructurado del siguiente modo:

a) **Contextualización del estudio caso:**

- I. presentación del organismo de publicación;
- II. revisión de las labores de redacción y traducción turísticas y datación del TO;
- III. identificación de los participantes implicados en los procesos de redacción y de traducción, y reconstrucción de la red de producción del TO y su traducción;
- IV. análisis del material contextual: datos relativos al contexto histórico-turístico y a la edición de la publicación turística.

b) **Análisis textual de la publicación turística y su traducción al alemán:**

b.1) **Análisis macrotextual:**

- I. caracterización del género textual del TO;
- II. traducción del género textual al alemán;
- III. descripción de la estructura prototípica del género con especial atención al formato y la distribución espacial de los contenidos y de los diferentes elementos gráficos.

b.2) **Análisis microtextual:**

- I. análisis discursivo y comparativo del TO y TM en relación con los recursos de la expresión de la valoración (*actitud, graduación y compromiso*) y los indicadores de posición deíctica, y proyección del futuro lector;
- II. análisis cualitativo: identificación, selección y comentario de ejemplos significativos de las intervenciones de los agentes, con especial atención a los indicios cargados ideológicamente;
- III. identificación del patrón valorativo que caracteriza la voz textual, y representación cuantitativa de los datos.

c) **Sistema de valores e ideología:**

- I. caracterización del sistema de valores subyacente al TO y estudio de la reconfiguración de este en la traducción al alemán;
- II. identificación de la ideología de los grupos de poder dominantes.

Por último, cabe mencionar que las fases del modelo de análisis no son fases aisladas, sino que están interrelacionadas y se retroalimentan mutuamente, ya que partimos de que todas son igualmente relevantes.

#### 4.4.1 Contextualización

En esta fase adoptamos una perspectiva de tipo “macroscópico” que se corresponde con la fase extratextual de Lambert y van Gorp y la extralingüística de Tymoczko.

El primer paso de este estudio preliminar consiste en analizar contextualmente la etapa histórica y la institución turística responsable de la redacción y traducción al alemán del ejemplar en cuestión. Es decir, incidimos en la labor que la institución turística desempeñó como “autora” o promotora de los textos durante la etapa histórica en la que se incluye.

En segundo lugar, investigamos cómo se desarrolló el proceso de redacción y traducción de las obras dentro de estas instituciones turísticas. Con ello, tratamos de acercarnos mucho más a la realidad de las labores de redacción y traducción turísticas de cada periodo y a los diferentes agentes que influyeron en estos procesos. Esto ha sido posible gracias a una amplia lectura de bibliografía relacionada con la historia del turismo en España y la historia contemporánea de España y al material contextual de los fondos documentales y bases de datos consultados, que revisamos a continuación.

##### 4.4.1.1 Fuentes de documentación contextual

Como mencionamos en el primer apartado de este capítulo, esta investigación también se basa en una visión histórica de la realidad turística de España desde 1928 a 1939, con lo que no solo pretende conseguir resultados a nivel textual, sino también generar conocimiento en el plano contextual. Además, como sabemos, la confección del catálogo se simultaneó con la búsqueda, localización y lectura de toda la información oficial y material documental disponible sobre los dos organismos de publicación en los que se desarrolló la labor de redacción y traducción de las publicaciones. En definitiva, perseguimos explorar los propios procesos de redacción y traducción en estas instituciones turísticas y aproximarnos a los agentes que estuvieron implicados en ambos procesos. Para lograrlo, el *material contextual* constituye una herramienta indispensable en estudios sociológicos aplicados a la traducción como este.

Retomando lo apuntado en el apartado 3.1.4.3 del capítulo teórico de esta tesis doctoral, el término *material contextual* se refiere a todo tipo de materiales relacionados con una traducción concreta que nos permite vislumbrar la presencia de los diferentes agentes implicados en el proceso de traducción de un texto concreto (Alvstad y otros 2017: 6). Podemos afirmar que el material contextual del que disponemos cumple los

prerrequisitos de toda recogida de datos basada en el trabajo de campo (Jansen 2017: 135), a saber, cubre un periodo de tiempo extenso, ocurre en un entorno natural donde se ha observado en fenómeno, toca una variedad de características contextuales de la práctica, y lo hace desde la perspectiva de aquellos implicados.

Afortunadamente, la memoria del turismo español se puede reconstruir, sobre todo, a partir de documentación administrativa y de su propia producción documental, que se encuentra depositada y custodiada en archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos. Las principales fuentes primarias<sup>122</sup> en esta investigación han sido:

- la documentación legislativa estatal de cada época;
- documentos oficiales publicados por las propias instituciones turísticas (también organismos de publicación);
- escritos procedimentales del ámbito editorial turístico-estatal;
- correspondencia entre diferentes agentes implicados en la redacción o traducción de las publicaciones turísticas dentro de las instituciones turísticas (organismos de publicación);
- otros documentos contextuales relevantes para los fines de esta tesis doctoral.

Una de las principales fuentes primarias han sido los **documentos legislativos** de cada periodo histórico: Reales Decretos, Órdenes y Reglamentos, leyes, etc. A través de estos documentos, hemos realizado un seguimiento fiable de los distintos acontecimientos político-administrativos, lo que nos ha permitido documentar de forma directa los distintos periodos, aportando datos de gran interés histórico y turístico, que no habían sido estudiados anteriormente.

En primer lugar, para el estudio del Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica, nos hemos centrado en la lectura y análisis del Real Decreto de 25 de abril de 1928, por el que se creó el PNT; de los reglamentos que regulaban su funcionamiento: Reglamento General (Real Orden de 5-12-1928) y Reglamento Interior (Real Orden de 31-1-1929); y el Real Decreto de 2 de julio de 1930, que reorganizó el Patronato Nacional del Turismo.

---

<sup>122</sup> En líneas generales, existen dos tipos de fuentes de información: las primarias (documentación) y las secundarias o interpretativas (bibliografía). Además, si las fuentes secundarias son contemporáneas a la época que estudian se convierten en fuentes primarias en sí mismas.

En segundo lugar, para el estudio del Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana, hemos estudiado: el Decreto de 25 de abril de 1931, que modificaba la estructura del Patronato Nacional del Turismo y creaba una Dirección General de Turismo; el Decreto de 4 de diciembre de 1931, que suprimía dicha Dirección General de Turismo y establecía que el Patronato Nacional del Turismo pasaba a depender económicamente de los Presupuestos del Estado; y el Reglamento provisional del Patronato Nacional del Turismo de 12 de enero de 1932, que regulaba de nuevo el funcionamiento del Patronato Nacional del Turismo. Asimismo, otras legislaciones publicadas durante el periodo republicano que hemos revisado han sido: el Decreto de 4 de noviembre de 1936, mediante el cual el Gobierno republicano creó el Ministerio de Propaganda; el Decreto de 21 de noviembre de 1936, que establecía que el Patronato Nacional del Turismo debía adscribirse al Ministerio de Propaganda; y el Decreto de 22 de enero del 1937, que dispuso las funciones y los servicios encomendados al nuevo Ministerio de Propaganda.

También han sido objeto de estudio las dos memorias publicadas por el propio Patronato Nacional del Turismo en 1930 y 1931: la *Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929* (Patronato Nacional del Turismo: 1930) y la *Memoria correspondiente a la liquidación, revisión y transformación del Patronato Nacional del Turismo, ordenada por el gobierno provisional de la República en su Decreto de 23 de abril de 1931* (Patronato Nacional del Turismo: 1931).

Otros escritos importantes, que forman parte del material contextual en el que se marca esta investigación doctoral, han sido los relativos al proceso reedición que la República llevo a cabo de la serie *hojas de ciudades*, publicada primeramente por el Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica. En el AGA localizamos las pruebas de impresión de las reediciones en español y de las traducciones al alemán de algunos ejemplares (véase Anexo V del epígrafe 13.5). Estas pruebas son documentos que nos informan de cómo se llevó a cabo el proceso de reedición de los textos en español y las traducciones al alemán en la fase republicana del Patronato Nacional del Turismo.

Asimismo, en el AGA localizamos diferentes documentos de esta época referidos a la correspondencia mantenida entre el Patronato Nacional del Turismo y los escritores de algunos textos en español, entre el Patronato Nacional del Turismo y su Agencia en Múnich (Alemania), entre el Patronato Nacional del Turismo y el consulado



de España en Alemania; documentos relacionados con los traductores, etc. (véase Anexo I del epígrafe 13.1).

Al igual que sucede con los documentos legislativos y oficiales del Patronato Nacional del Turismo, este material contextual también se ha convertido en una importante fuente de información para nuestra investigación.

Con el fin obtener más información sobre el periodo en el que se desarrolló el Servicio Nacional del Turismo, hemos estudiado detalladamente los **documentos legislativos** de este periodo; concretamente, la Ley de 30 de enero de 1938, que creó el Servicio Nacional del Turismo. Además, hemos realizado un seguimiento del *Boletín Oficial del Estado*, de donde hemos obtenido la normativa aprobada sobre turismo durante los años que comprende la investigación. Las disposiciones del *Boletín Oficial del Estado* analizadas son: el Decreto de 25 de marzo de 1938, que autorizaba a poner en funcionamiento la Ruta Nacional de Guerra del Norte; los diferentes concursos (20 de mayo de 1938 y 16 de noviembre de 1938) para la provisión de plazas Guías-Intérpretes-Auxiliares para acompañar a los viajeros que visiten las Rutas Nacionales de Guerra; y el Decreto de 29 de octubre de 1938, que autorizaba extender las Rutas Nacionales de Guerra a otras regiones.

En el AGA también recopilamos **información documental** sobre el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra* del Servicio Nacional del Turismo, concretamente, sobre los itinerarios de la Ruta de Guerra del Norte y el turismo de guerra que promovió esta institución turística (véase Anexo II del epígrafe 13.2).

Por último, para lograr una completa contextualización, hemos recurrido a la **lectura de bibliografía** sobre la historia general de turismo, historia de España y en particular a la literatura sobre historia del turismo en España desde 1928 a 1936 y durante la Guerra Civil española (1936-1939).

Con el fin de facilitar la comprensión de este apartado, la Tabla 12 recoge de forma sintética el material contextual referido a los organismos turísticos estatales y su localización en archivos, bibliotecas, centros de documentación y bases de datos.

**Tabla 12. Localización del material contextual relativo a las instituciones turísticas españolas existentes entre 1928 y 1939**

Instituciones turísticas		Documento	Localización
Patronato Nacional del Turismo	Patronato Nacional del Turismo <sup>mon</sup> (1928-1931)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Real Decreto de 25 de abril de 1928</li> <li>- Reglamento General (Real Orden de 5-12-1928)</li> <li>- Reglamento Interior (Real Orden de 31-1-1929)</li> <li>- Real Decreto de 2 de julio de 1930</li> </ul>	Gazeta, <i>Gaceta de Madrid</i>
		- Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929	CDTE, FA-19-CB65285
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escritos procedentes del consulado de España en Alemania</li> <li>- Correspondencia (peticiones y escritos) mantenida con la Agencia del PNT en Múnich (Alemania)</li> </ul>	AGA, (3) 49.2.12.550.
	Patronato Nacional del Turismo <sup>rep</sup> (1931-1939)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decreto de 25 de abril de 1931</li> <li>- Decreto de 4 de diciembre de 1931</li> <li>- Reglamento provisional del PNT de 12 de enero de 1932</li> <li>- Decreto de 12 de abril de 1932</li> <li>- Decreto de 21 de mayo de 1932</li> <li>- Decreto de 31 de enero de 1934</li> <li>- Disposición de 14 de marzo de 1936</li> <li>- Decreto de 4 de noviembre de 1936</li> <li>- Decreto de 21 de noviembre de 1936</li> <li>- Decreto de 22 de enero del 1937</li> </ul>	Gazeta, <i>Gaceta de Madrid</i>  Gazeta, <i>Gaceta de la República</i>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentación relativa al proceso de reedición republicana de la serie <i>hojas de ciudades</i>: las pruebas de impresión de las reediciones en español y de las traducciones al alemán</li> <li>- Correspondencia mantenida con escritores y con las Agencias del PNT en el extranjero</li> <li>- Documentación relacionada con los traductores</li> </ul>	AGA, (3) 49.2.12.225.
		- Memoria correspondiente a la liquidación, revisión y transformación del Patronato Nacional del Turismo, ordenada por el gobierno provisional de la República en su Decreto de 23 de abril de 1931	CDTE, FA-18-6837-II

Instituciones turísticas	Documento	Localización
Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ley de 30 de enero de 1938</li> <li>- Decreto de 25 de marzo de 1938</li> <li>- Decreto de 29 de marzo de 1938</li> <li>- Concursos para la provisión plazas de Guías-Intérpretes-Auxiliares para acompañar a los viajeros que visiten las Rutas Nacionales de Guerra (20 de mayo de 1938 y 16 de noviembre de 1938)</li> <li>- Decreto de 29 de octubre de 1938</li> </ul>	Gazeta, <i>Boletín Oficial del Estado</i>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentación sobre el proyecto turístico <i>Las Rutas Nacionales de Guerra</i></li> <li>- Itinerarios de la Ruta de Guerra del Norte</li> <li>- Instrucciones generales para los visitantes (también los extranjeros)</li> <li>- Normas para el cambio de divisas</li> </ul>	AGA, (3) 49.2.12.028.

#### 4.4.2 Análisis textual

La segunda fase es la del análisis textual, que se subdivide también en: análisis macrotextual y análisis microtextual.

El estudio macrotextual se centra en la caracterización del género textual del TO (y TM) y su traducción al alemán. Es decir, analizamos las características estructurales más relevantes de la publicación (y de su traducción) y estudiamos los motivos que han hecho de ella una candidata para nuestro corpus. Además, nos gustaría señalar que describir y clasificar los géneros textuales de los inicios del discurso turístico moderno, empleando conceptos y términos actuales, no ha resultado tarea fácil, ya que los perfiles de los géneros turísticos se han ido redefiniendo con el tiempo a medida que iba evolucionando la actividad turística. Este obstáculo lo hemos superado de dos formas. Por un lado, hemos adaptado ciertos conceptos teóricos actuales a nuestros géneros textuales y a su situación comunicativa concreta y, por otro, hemos optado por mantener la terminología y las expresiones que la propia institución turística empleaba para describirlos, tal y como consta en el material contextual disponible.

El estudio microtextual comprende un análisis discursivo y comparativo del TO (voz autorial original) y TM (voz autorial traducida) en relación con los recursos de la expresión de la valoración (*actitud*, *graduación* y *compromiso*) y los indicadores de posición deíctica, y se reconstruye el tipo de lector que proyectan los textos. Además, se identifican, seleccionan y comentan los ejemplos más significativos de las

intervenciones de los agentes y se estudian cómo afectan estas al sistema de valores de los textos, es decir, se presta especial atención a aquellos indicios que enmascaran cualquier tipo de misiva ideológica. Como veremos, este aspecto es especialmente interesante en los estudios de caso sobre las *hojas de ciudades* reeditadas por la República Española (1933). Cabe destacar que las intervenciones de los agentes se identifican gracias a un proceso de marcación completamente manual en el que el propio investigador es quien las detecta, selecciona, clasifica y analiza, como explicamos en 4.4.2.2. Somos conscientes de que un análisis microtextual de este tipo implica tiempo y esfuerzo, y que el empleo de herramientas electrónicas permite procesar y analizar los datos empíricos mucho más rápido. Sin embargo, apostamos por la idea de que solo un análisis cualitativo de estas características puede arrojar luz al fenómeno ideológico. Por todo ello, hemos descartado un análisis asistido informáticamente.

Por último, se identifica el patrón valorativo que caracteriza el estilo valorativo o la voz textual del texto, y se representan sus rasgos principales de forma cuantitativa con el fin de establecer con qué frecuencia se emplearon determinados recursos.

Para poder analizar correctamente los textos de nuestro corpus, tuvimos que preparar previamente el material textual. En los siguientes tres subapartados revisamos los aspectos más relevantes de las fases de preparación del material, localización de datos y presentación de resultados.

#### **4.4.2.1 Preparación del material textual**

Como sabemos, el corpus se compone de nueve textos origen en español y ocho traducciones al alemán. Para poder trabajar los datos de forma adecuada, el primer paso fue transcribir todos los textos de las publicaciones con el software de procesamiento de textos *Microsoft Word*.

La tarea de transcripción de las publicaciones presentó ciertas dificultades debido a las diferencias en las normas ortográficas, sintácticas y de redacción utilizadas en aquel momento. Somos conscientes de que los textos contienen errores, sin embargo, en este trabajo nos limitamos a transcribirlos y no indagamos en las razones de los mismos, ya que hacerlo excedería el marco de la investigación.

Además, en la edición de documentos de este tipo, no hay unificación de criterios en cuanto a la técnica de la transcripción empleada, y cada investigador debe articular su propio sistema de edición de acuerdo con sus intereses y con las características de los textos publicados. Por esta razón, la solución que consideramos más acertada para

los fines de esta investigación fue la de realizar una transcripción literal de todos los textos, respetando en lo posible su grafía y puntuación originales, y sin alteraciones. Se ha prescindido de la inclusión de [SIC] para indicar errores en los textos originales y sus traducciones, con el fin de facilitar la labor de análisis microtextual que, como veremos más adelante, es muy minuciosa.

Asimismo, asignamos números de página y etiquetamos los elementos gráficos presentes en los textos, como los sellos del Patronato Nacional del Turismo, pies de fotos, pies de plano, anotaciones manuscritas, tachaduras y firmas.

Adaptando diversas propuestas de normas de transcripción paleográfica de documentos históricos<sup>123</sup> a las necesidades de nuestra investigación, hemos incluido entre corchetes y en mayúscula cualquier adición realizada en el texto original. Entre los casos más habituales se encuentran aquellas relacionadas con elementos gráficos o aspectos no legibles de las publicaciones, que detallamos a continuación:

- [ILEGIBLE]: indica que no es posible la lectura del término;
- [PLANO]: indica un plano intercalado en el texto;
- [PIE DE PLANO]: indica información aclaratoria relativa al plano;
- [SELLO: ...]: indica un sello intercalado en el texto;
- [FIRMA: ...]: indica una firma;
- [TACHADO: ...]: indica una tachadura.

En cuanto a las ilustraciones y sus pies de foto, optamos por intercalar en la transcripción la siguiente fórmula: <pdf> El Escorial visto desde un avión </pdf>.

A modo de ejemplo, incluimos aquí dos imágenes de la transcripción de la portada / primera página y de la última página de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*.

---

<sup>123</sup> A modo de ejemplo, remitimos a Tanodi (2000) y a las normas de transcripción de: <https://artxiboa.mendezmende.org/es/normativas/transcripcion-paleografica.html> [Último acceso 14.04.2023]

[TACHADO: PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO]

CADIZ

[TACHADO: ESPAÑA]

<pdf> Vista general </pdf>

ESTA ciudad (80.000 habitantes) es de origen antiquísimo, como casi todas las capitales andaluzas, estando probada su existencia en tiempo de los fenicios, remontándose el cálculo que de ella se hace a 1.500 años antes de nuestra Era. Se han encontrado—en excavaciones dentro de su perímetro—amuletos egipcios y sarcófagos fenicios, que dan fe de la antigüedad de esta ciudad. Mezcladas la historia y la leyenda en lo que respecta a las famosísimas *Columnas de Hércules*, todo ello es motivo suficiente para que la tradición de Cádiz sea ilustre. Después de factoría fenicia, fué colonia cartaginesa y, al ser conquistada por Roma, mereció del Imperio la consideración de ciudad franca y aliada, ganando fama por su belleza y por la gracia de sus danzarinas—proverbial en Roma—como antes la obtuvo por el ánimo esforzado de sus marinos. En la época goda se arruinó completamente.

Portada / Página 1

Ilustración 20. Transcripción de la portada y primera página de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*

[PLANO]

CADIZ

[PIE DE PLANO]

Distancia a Madrid: por f. c. 727 Kms. y 746 por carretera

[SELLO PNT]

PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO

MEDINACELI, 2 - MADRID

CÁDIZ - Muelle

Printed in Spain

Ejemplar gratuito

HUECOGRABADO MUMBRÚ – BARCELONA

Página 8

Ilustración 21. Transcripción de última página de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*


#### 4.4.2.2 Localización de datos

El siguiente paso fue realizar una lectura minuciosa de los originales en español y sus traducciones al alemán. De forma simultánea, se diseñó un sistema de marcación (v. Tabla 13), en base al que proponen Martin y White (2005) y complementa Munday (2012), que nos permitiera identificar la realización de los diferentes sistemas y categorías de la expresión de la valoración y los indicadores de posición deíctica.

Para ello, utilizamos la herramienta “marcador” del software de procesamiento de textos *Microsoft Word*, que nos permitió marcar elementos con diferentes colores (v. Ilustración 22 e Ilustración 23). Marcar cada realización en el texto origen (y su correspondiente en la traducción) ha sido lo más laborioso, puesto que se ha realizado de forma totalmente manual, lo que ha requerido una gran concentración por parte de la investigadora.

Además, a medida que se avanzaba con la lectura y la marcación de los textos, surgían nuevos interrogantes que modificaban datos anteriores. La leyenda de colores del sistema de marcación de los textos definitiva es la que presentamos en la Tabla 13.

**Tabla 13. Leyenda de colores del sistema de marcación de los textos**

Realizaciones de la actitud	directas	 expresiones directas de la actitud
	indirectas	 expresiones indirectas de la actitud
		 asociaciones
		 asociaciones propagandísticas
Realizaciones del compromiso		 expresiones del compromiso
		 pronunciamiento o consideración
Indicadores de posición deíctica		 nosotros espacio-temporal e identitario
		 ellos identitario exclusivo
Técnicas de traducción observadas		 segmento añadido en la traducción
		 omisión en la traducción

**LOS JARDINES DEL ALCAZAR DE SEVILLA.**—Los jardines del Alcázar de Sevilla comparten con los de la Alhambra y el Generalife las **gracias del jardín hispano-árabe**. Los actuales **han sido** son restos de los que **bajo la dominación mora** se extendían hasta la orilla del Guadalquivir, **pero** **después de la conquista** se redujeron al siglo diecinueve. Los jardines **mayor** de Carlos V los transformó, parcialmente, con normas renacentistas. Los que hoy se ofrecen a **nosotros** atraen con el encanto inalterable de todo **jardín de estilo oriental**: naranjos, arrayaneros, palmeras, albercas, azulejos, aguas que corren y saltan por canales y surtidores.

**DIE GÄRTEN DES ALCÁZAR IN SEVILLA:** Die Gärten des Alcázar in Sevilla teilen sich in denen der Alhambra und des Generalife auf. Die **Armut und Grazie** der spanisch-arabischen Gärten. Die gegenwärtigen Anlagen sind **jedoch nur** ein Ueberbleibsel derjenigen, welche unter der maurischen Herrschaft sich bis an die Ufer des Guadalquivir erstreckten. Peter der Grausame ließ im 14. Jahrh. den Alcázar und seine Gartenanlagen durch mozarabische Künstler restaurieren. Später nahm Karl V. teilweise Veränderungen im Renaissancestil vor. So wie **heute** die Gärten heute **ziehen**, sie **ziehen** sich **um** durch den sich immer gleichbleibenden Wasserlauf, der durch die Gärten fließt, in **Fliesen**, **fließendes** und **fließendes Wasser** in **Brunnen** und **Bächen**.

**Ilustración 23. Ejemplo del sistema de marcación en los TM: Los *jardines de España-TM***

#### 4.4.2.3 Presentación los resultados

Una vez identificamos las realizaciones de los sistemas y categorías de la expresión de la valoración y los indicadores de posición deíctica, los clasificamos en tablas siguiendo, una vez más, la tipología propuesta por Martin y White (2005) e implementada por Munday (2012). Cada realización incluida en la tabla aparece acompañada del número de página donde se localiza dentro del texto (v. Tabla 14).



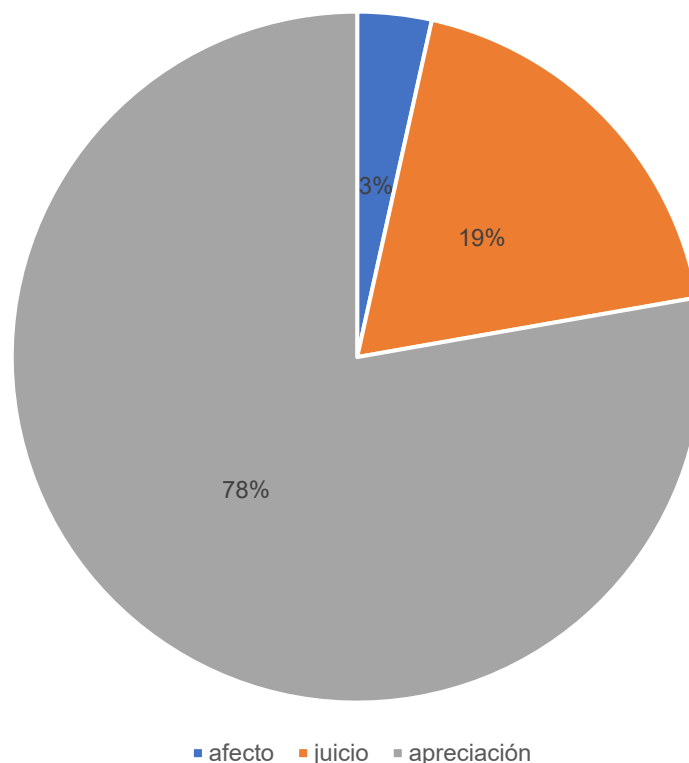
Este diseño en forma de tabla nos permitió aplicar herramientas de análisis cuantitativo y contabilizar el número de realizaciones de cada texto, tal y como mostramos en la siguiente figura.

Por último, realizamos el mismo proceso con las traducciones, lo que nos permitió realizar un análisis comparativo efectivo de los textos origen y sus traducciones (v. Tabla 15).

**Tabla 14. Ejemplo de tabla: las realizaciones de la expresión directa del afecto en *Los jardines de España-TO***

<b>+<sup>124</sup> felicidad</b>
1. El estilo paisajista, acogido con entusiasmo en Inglaterra [por los ingleses] (9)
<b>- felicidad</b>
2. dan carácter a estos jardines que no lograron disipar la melancolía de Felipe V (6)

**Figura 6. Ejemplo de figura: el sistema de la actitud en la hoja plegable *Los jardines de España-TO***



<sup>124</sup> Indicamos con + las valoraciones de signo positivo y con - las de signo negativo.

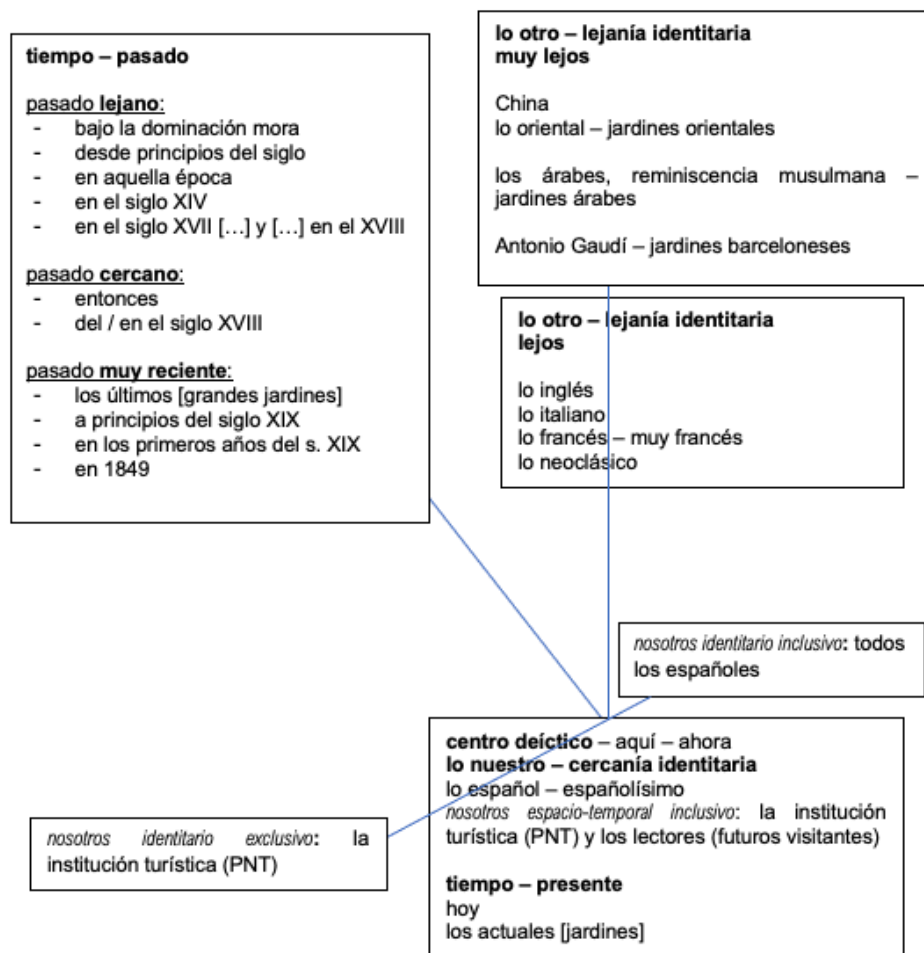
**Tabla 15. Ejemplo de tabla: las realizaciones de la expresión de la apreciación en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *El Escorial-TM<sup>mon</sup>***

TO	TM
<b>+ reacción</b>	
(el Monasterio de San Lorenzo del Escorial), uno de <b>los</b> lugares que atrae con <b>más</b> fuerza de realidades artísticas y de sugerencias históricas en tierra española (1)	(das Monasterium des Heiligen Laurentius oder des Escorial) entstehen, einen der Plätze, welcher mit der <b>ganzen</b> Kraft künstlerischer Wirklichkeit und historischer Erinnerungen den Reisenden in Spanien anzieht (1)
patios, algunos de ellos de la extraordinaria belleza arquitectónica del llamado de los Evangelistas (3)	Höfe herum angeordnet, einige derselben sind von ausserordentlicher architektonischer Schönheit, so z.B. der sogenannte "Patio de los Evangelistas" (2)
magníficos panoramas (7)	herrliche Ausblicke auf die einzigartige Landschaft (7)
bonitos jardines (7)	[ <b>omisión</b> ]
una grata impresión (en el visitante) (7)	[ <b>omisión</b> ]
<b>+ composición</b>	
una <b>pequeña</b> villa de la sierra carpetana (1)	eines <b>kleinen</b> karpetanischen Gebirgsortes (1)
una depuración severa de los elementos clásicos (2)	indem er ihn streng von den klassischen Elementen befreite (2)
un compendio del renacimiento (2)	ein Kompendium der Renaissance (2)
un formidable cuadrilátero (3)	ein enormes Viereck (3)
las masas <b>grandiosas</b> del severo arte herreriano (3)	[ <b>omisión</b> ]
las <b>colosales</b> estatuas de los Reyes de Judá (3)	den <b>Riesen</b> statuen der Könige von Juda (3)
(trazado con la proporción que hace que) <b>todo</b> resulte armónico (3)	(mit solcher Proportion entworfen, dass) das <b>Gesamt</b> bild harmonisch erscheint (3)
las dimensiones <b>colosales</b> de la nave (3)	die <b>kolossalen</b> Dimensionen des Schiffes (3)
una <b>gran</b> bóveda plana de <b>mucho</b> interés técnico (3)	einer flachen Kuppel, welche von architektonischem Interesse ist (3)
una sillería de severo estilo (3)	in einem strengen und ersten Stile (3)
un vasto salón (5)	ein grosser Raum (5)
tan modestas estancias (5)	In diesen bescheidenen Räumen (5)
su contiguo cuarto de trabajo, sencillo como una celda (5)	daran anschliessend sein Arbeitszimmer, einfach wie eine Klosterzelle (5)
estas humildes habitaciones (5)	[ <b>omisión</b> ]
Sus techos pintados, sus muebles estilo Imperio, sus arañas, sus relojes, todo compone un ejemplo completo de fines de XVIII (6)	Die gemalten Decken, die Möbel im Empirestil, Kronleuchter, Uhren, alles das lässt den Geschmack und die Kunstrichtung zu Ende des 18. Jahrhunderts erkennen (6)
el <b>grandioso</b> monumento (6)	dieses <b>grossartige</b> Monument (6)
la <b>enorme</b> fachada (6)	die <b>riesige</b> Fassade (6)
(el paseo por) los solitarios caminos (6)	(einen Spaziergang auf) den einsamen Wegen (6)
(la carretera que por) su inmejorable estado (7)	die ausserordentlich gepflegte Landstrasse (7)
una <b>verdadera</b> pista para el automovilismo (7)	welche einer Autorennbahn gleicht (7)
<b>- composición</b>	
su pretendida pesadez (6)	seine angebliche Schwere (6)

+ valor social	
Un personalísimo designio de Felipe II (1)	Ein <b>ganz</b> persönlicher Plan Philipps II. (1)
su fundación predilecta (2)	seine Lieblingsgründung (2)
su sello personal (2)	seinen persönlichen Stempel (2)
un famoso crucifijo de Benvenuto Cellini (3)	ein berühmtes Kruzifix von Benvenuto Cellini (3)
El Panteón de Infantes obra del siglo XIX, verdadera sinfonía de mármoles de Florencia y Carrara (3)	Der Pantheon der Infanten, aus dem 19. Jahrhundert, bildet <b>eine wahrhafte</b> Marmorsymphonie. <b>[omisión]</b> (3)
el verdadero museo del Escorial está en las salas capitulares del Monasterio y en la sacristía de su iglesia (4)	das <b>eigentliche</b> Museum des Escorial befindet sich in den Kapitellsälen des Monasteriums und in der Sakristei der Kirche (4)
El número y la calidad de sus pinturas bastaría para formar una colección de primer orden (4)	Zahl und Qualität dieser Malereien genügten, um eine Galerie ersten Ranges zu bilden (4)
su mayor interés (4)	Das <b>Haupt</b> interesse (4)
Numerosas adquisiciones enriquecieron sus fondos (bajo Felipe II) (5)	<b>Zahlreiche</b> Neuerwerbungen unter Philipp II. bereicherten die Sammlung (5)
formidable riqueza (5)	einen ungeheuren Wert (5)
libros rarísimos en su mayoría (5)	<b>ganz</b> seltene Dokumente (5)
este rápido repaso de las riquezas del Escorial (6)	diese <b>kurze</b> Uebersicht der Schätze des Escorial (6)
una nota especial en este rincón escurialense (6)	diesem Winkel Escorials eine eigene Note (6)
este paisaje único (6)	diese einzigartige Landschaft (6)
Guarda la Casita pinturas que la convierten en un Museo (en el que no faltan obras maestras) (7)	Es enthält verschiedene Malereien, (auch einige bedeutender Meister,) die es in ein kleines Museum verwandeln (7)
una importante estación veraniega (7)	ein beliebter Sommeraufenthaltort (7)
con numerosos hoteles particulares (7)	<b>[omisión]</b>
su inmenso valor monumental, artístico e histórico (7)	von seinen <b>ungeheueren</b> künstlerischen und historischen Werten (7)
un lugar predilecto (7)	bevorzugter Ausflugsort (7)

En cuanto a los indicadores de posición deíctica, seguimos las ideas presentadas por Munday (2012) y utilizamos tablas y figuras, como la siguiente, para ilustrar la posición deíctica en cada ejemplar:

**Figura 7. Ejemplo de figura: la posición deíctica en *Los jardines de España-TO***



En líneas generales, en los apartados referidos a los análisis microtextuales indicamos:

- la *graduación* de las realizaciones utilizando la **negrita**;
- los segmentos añadidos en la traducción subrayados;
- las omisiones de segmentos en la traducción [subrayadas entre corchetes];
- las heteroglosias con el estilo de letra: **Arial Rounded MT**;
- las realizaciones en la posición deíctica añadidas por el traductor en **color verde**;
- los indicadores de posición deíctica con el estilo de letra: *Arial Nova*.

Además, empleamos superíndices para referirnos a algunos ejemplares del corpus, a los autores, a los traductores y a las voces textuales.

Con respecto a la elección terminológica en español, se han escogido términos concretos para designar categorías y fenómenos observados que son originales de este trabajo. En cuanto a la lengua alemana, en los apartados referidos a los análisis de las traducciones al alemán, se incluyen entre corchetes nuestras propuestas de traducción al español de términos, oraciones o segmentos en alemán.

Por último, nos gustaría señalar tres aspectos importantes de cara a la lectura de los estudios de caso de esta tesis doctoral. En primer lugar, recomendamos al lector acudir a las notas a pie de página específicas de cada análisis donde se incluye información referida a la presentación de los resultados. En segundo lugar, los estudios de caso deben leerse en orden de aparición, ya que en el primero explicamos algunos fenómenos de forma más detallada y en los siguientes remitimos a los resultados expuestos previamente. En tercer lugar, aunque todos los análisis microtextuales siguen el mismo modelo de análisis, en cada uno de ellos destacamos los elementos más significativos del patrón valorativo propio de cada publicación.

#### **4.4.3 Sistema de valores e ideología**

En este último bloque del modelo de análisis mixto propuesto, establecemos correspondencias entre el material textual y el contextual, con el fin de resolver los interrogantes que hayan ido surgiendo del estudio de cada una de las publicaciones.

En este sentido, los datos extratextuales procedentes exploración del material contextual extraído de los fondos documentales y bases de datos, proporcionan información contextual necesaria para interpretar los datos que se desprenden de la fase de análisis microtextual y nos permiten adoptar una perspectiva de tipo “macroscópico”.

Así, caracterizamos el sistema de valores que subyace a los textos origen y reflexionamos sobre las consecuencias y el impacto de la intervención traductora o de otro tipo de agentes en la reconfiguración del sistema de valores en las traducciones al alemán. En último término, se identifica la ideología presente en cada publicación, que representa la de los grupos de poder dominantes de cada periodo.



## **5 ESTUDIO DE CASO: LA HOJA PLEGABLE *LOS JARDINES DE ESPAÑA* Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN**

Nuestro primer estudio de caso se centra en el ejemplar *Los jardines de España-TO*<sup>125</sup> y su traducción al alemán, que forma parte de la serie “hojas plegables” publicada por el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931).

### **5.1 Contextualización del estudio de caso: la hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán**

#### **5.1.1 El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931)**

La primera fase del Patronato Nacional del Turismo, la fase monárquica<sup>126</sup>, comprende el periodo desde su creación en 1928 hasta la llegada de la Segunda República española en 1931, y constituye la época de mayor esplendor de esta institución turística. Durante esta etapa, el PNT sentó las bases de la verdadera industria turística moderna de carácter estatal española, consolidó su propia imagen propagandística de España y dispuso de un presupuesto elevado, lo que le permitió iniciar la mayor parte de los proyectos turísticos.

Desde sus inicios el PNT persiguió, además de aumentar los ingresos económicos de España, desmontar los prejuicios que existían sobre nuestro país en el extranjero y promocionar España como una sociedad moderna y abierta a las iniciativas y sugerencias más avanzadas.

---

<sup>125</sup> La hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.219.

<sup>126</sup> Para más información sobre el Patronato Nacional del Turismo, remitimos al apartado 2.1 de esta tesis doctoral.

Para los responsables del PNT era tan importante la labor de propaganda e información turísticas dentro de España como en el extranjero, y para lograr que una corriente turística extranjera de alcance considerable y constante visitara España, se requería tiempo y un plan preconcebido de propaganda turística (PNT 1930: 3).

### **5.1.2 La labor de redacción y traducción turísticas en el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931)**

Como hemos revisado en el epígrafe 2.1, el Patronato Nacional del Turismo, desde los inicios de su andadura turística, centró todos sus esfuerzos en llenar el hueco editorial en materia turística existente en España. Recordemos que, hasta entonces, en España no existía un centro editorial como tal (PNT 1930: 54). Así, sin mucha demora, el PNT diseñó un plan sistémico y orgánico de publicaciones turísticas (1928-1929) (v. Tabla 2). La Sección de Publicaciones de las Oficinas Centrales del PNT fue la encargada de desarrollar este primer gran proyecto editorial en materia turística.

La hoja plegable *Los jardines de España*, sobre la que se basa este estudio de caso, pertenece a la primera serie del plan de publicaciones turísticas del PNT, llamada “hojas plegables”, con la que el PNT deseaba proporcionar al turista una visión rápida y exacta de la riqueza y belleza de España (PNT 1930: 62).

Con el fin de datar la serie “hojas plegables” hemos realizado una lectura exhaustiva de la *Memoria de los trabajos realizados por el Patronato Nacional del Turismo desde julio de 1928 a 31 de diciembre de 1929*. Esta *Memoria* se redactó y se publicó en 1930. En el momento de redacción de la *Memoria* constaban como “publicaciones ya editadas” (PNT 1930: 62) las hojas plegables *España, país de arte* y *Los jardines de España*. Por falta de tiempo (julio 1928-diciembre 1928) parece poco probable que ambas hojas plegables se editaran en 1928, por lo que datarían de 1929. El resto de las hojas plegables aún no habían sido publicadas y se encontraban en preparación.

En resumen, la serie “hojas plegables” se componía de seis ejemplares diferentes: se publicaron dos en 1929 y cuatro en 1930 (v. Tabla 16). Tal y como muestra la hoja resumen de salida de los impresos de propaganda gratuita (v. Ilustración 5), en 1929 se enviaron 100.000 ejemplares de la hoja plegable *España, país de arte* y 102.210 ejemplares de la hoja plegable *Los jardines de España* a las Oficinas de Información correspondientes.



**Tabla 16. Datación de la serie “hojas plegables” (1929-1930)**

Hojas plegables publicadas en 1929	Hojas plegables publicadas en 1930
<ul style="list-style-type: none"> <li>• España, país de arte</li> <li>• Los jardines de España</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Castillos de España</li> <li>• Palacios Reales Españoles</li> <li>• Palacios Señoriales Españoles</li> <li>• El Camino de Santiago</li> </ul>

Los responsables del PNT tuvieron muy en cuenta la labor de propaganda e información turísticas no solo a nivel nacional, sino también en el extranjero, por lo que promovieron la redacción de material turístico en diferentes idiomas, como parte de su estrategia de internacionalización turística.

Como sabemos, las Oficinas Centrales del PNT se dividían en siete Secciones que, a su vez, podían tener cuatro Negociados<sup>127</sup>. Dentro de la Sección de Registro, Archivo, Biblioteca e Interpretación de Lenguas se encontraba el Negociado de Interpretación de Lenguas, cuya misión era la traducción de la correspondencia extranjera que llegaba al PNT y la redacción, en idiomas extranjeros, de los instrumentos de promoción turística y demás publicaciones que la Superioridad estimaba pertinentes<sup>128</sup>. Por este motivo, este Negociado disponía del personal necesario para hacer traducciones del español, francés, inglés, alemán y viceversa<sup>129</sup>.

En conclusión, en la fecha de elaboración del plan de publicaciones turísticas (1928-1929) y, concretamente, de la serie “hojas plegables”, el Patronato contaba con un Negociado que disponía del personal necesario para hacer traducciones del español a diferentes idiomas y viceversa. De hecho, en la *Memoria* del PNT (1930) consta que de los ejemplares *España, país de arte* y *Los jardines de España* ya se habían publicado dos ediciones en español y una traducida al francés, inglés y alemán (PNT 1930: 63).

### **5.1.3 Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán de la hoja plegable *Los jardines de España* (1929)**

En un intento de acercarnos más a la realidad de las labores de redacción y traducción turísticas de esta época y a los diferentes participantes (humanos y no humanos) que influyeron en estos procesos, hemos estudiado el material contextual de los fondos documentales y bases de datos consultados y realizado una amplia lectura

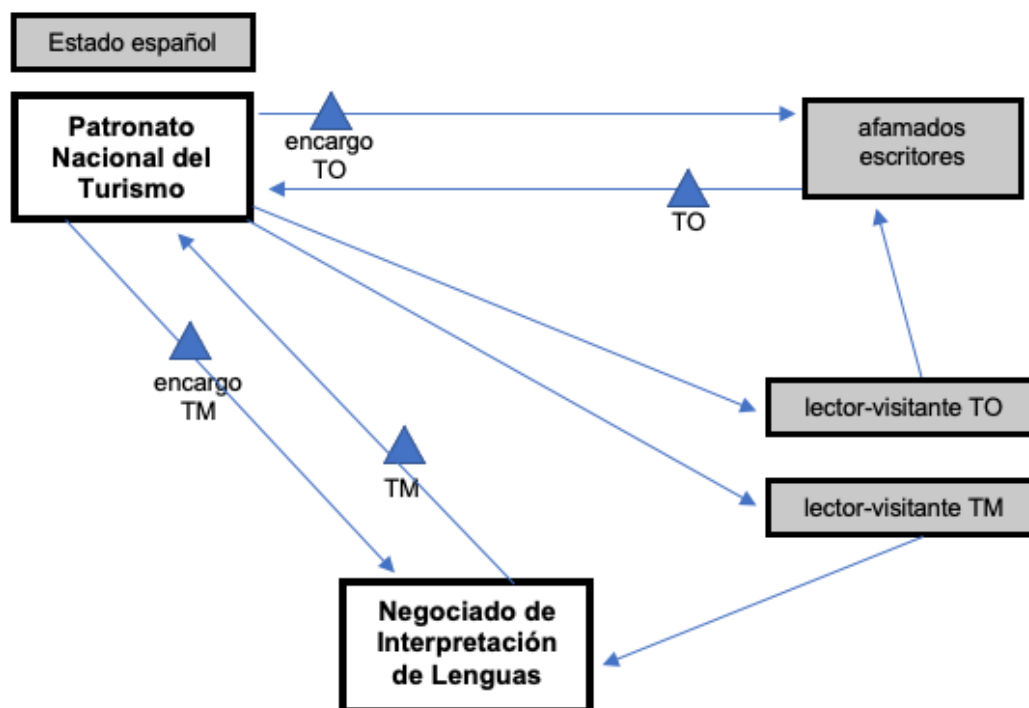
<sup>127</sup> El funcionamiento del PNT se regulaba por un Reglamento General (Real Orden de 5-12-1928) y un Reglamento Interior (Real Orden de 31-1-1929).

<sup>128</sup> Artículo 9º del Reglamento Interior del PNT (Real Orden de 31-1-1929).

<sup>129</sup> Artículo 9º del Reglamento Interior del PNT (Real Orden de 31-1-1929).

de bibliografía relacionada con la historia del turismo en España y la historia contemporánea de España. Como sabemos, gracias al material contextual hemos podido identificar los compromisos (Tymoczko 2000: 24) y las intervenciones (Meier 2007; Munday 2007) de los agentes en estos procesos.

En la siguiente figura reconstruimos gráficamente la red de producción de la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán (1929-1930):



**Figura 8. Mapa de la red de producción de la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán (1929-1930)**<sup>130</sup>

Para referirnos a los participantes observados en estos procesos utilizamos el término *agentes*. Indicamos los agentes con rectángulos y otros elementos no humanos mediante triángulos. Además, señalamos con líneas continuas las interacciones entre los agentes que conocemos y estudiamos y con líneas discontinuas las interacciones pendientes de exploración.

A continuación, presentamos en detalle los participantes observados en la red de producción la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán. El siguiente orden de presentación responde al grado (de mayor a menor) de agentividad y de poder de influencia en los procesos que tenían los agentes.

<sup>130</sup> Elaboración propia a partir de Tahir-Gürçağlar (2007), Jones (2009) y Abdallah (2011).

El primer agente que influye en el TO y en el TM es el propio organismo de publicación y promotor de la serie “hojas plegables”, es decir, el Patronato Nacional del Turismo. Según los diferentes tipos de autoría que recogen Jansen y Wegener (2013: 23-24), el PNT sería el *autor ejecutivo, declarativo y revisor*. El PNT era un *agente no humano* que contaba con un equipo humano (Solum 2017) y que, por su condición de institución turística estatal, estaba dotado de la máxima agentividad y poseía el mayor poder de influencia en los procesos. El PNT es, por ello, el punto central de la red de producción de la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán (indicado en la figura anterior mediante un rectángulo con fondo blanco). En él nace el encargo de redacción y el de traducción, y él publica los originales y las traducciones definitivos. El PNT decidía lo que se publicaba y lo que no, y cómo se publicaba. Sin embargo, el PNT no podía actuar de forma independiente, ya que, como institución turística que era, representaba al Gobierno, que era el grupo de poder dominante (poder político) en aquel momento. El grupo de poder dominante poseía un sistema de valores sobre el que se sustentaba una ideología determinada.

Cabe destacar que la ideología y el sistema de valores del Gobierno (y con ello del PNT) no tenían por qué coincidir con los del resto de españoles, de hecho, sabemos que esta visión turística del PNT fue inusual y novedosa para la España de finales de los años veinte. Además, la misión ideológica del PNT fue la de desmontar los prejuicios que existían sobre España en el extranjero y promocionar España como una sociedad moderna y abierta a las iniciativas y sugerencias más avanzadas. Esta visión renovadora en materia turística constituye, sin duda, una elección del Gobierno, no así de la sociedad española, que, por aquel entonces, quizás, no era tan moderna y avanzada como el Estado quería promocionar.

En relación con el tema de la ideología y para evitar confusiones, el propio PNT indicaba que su propaganda turística debía ser “apolítica, pero de un apoliticismo absoluto” (PNT 1930: 3). A lo largo de esta investigación, comprobaremos si se cumplieron estas indicaciones que señalaba el PNT.

Otros agentes importantes en esta red fueron los autores de los textos originales (indicados con un rectángulo con fondo gris), quienes se integran en la red al aceptar su papel como escritores para el PNT. Como se indica en la propia *Memoria* del PNT, los textos de la serie “hojas plegables” fueron elaborados por “afamados escritores españoles y extranjeros” (1930: 62), escritores que tenían nombre propio y la suficiente seguridad en sí mismos para llevar a cabo esta misión. El PNT les había confiado esta tarea por la carrera literaria que les avalaba y por su “identidad de experto de los lugares”

(Calvi 2016: 19). Por tanto, creemos que no es demasiado aventurado decir que uno de los agentes más poderosos en la red de producción de las traducciones fueron los propios autores del TO.

En el material contextual analizado, concretamente en diferentes escritos<sup>131</sup> que se intercambiaron el PNT y uno de los afamados escritores encargados de la redacción en español de otra publicación turística, hemos localizado indicios concretos que demuestran la agentividad máxima del PNT en la red de producción de publicaciones turísticas en español y sus traducciones a diferentes idiomas. Estos escritos aportan información muy reveladora para esta investigación, sirven para datar la gestación del TO y la traducción, describen el proceso de gestación del TO y permiten saber cómo era la forma de proceder del PNT en estos trabajos. El PNT, como iniciador del encargo de redacción, contactaba directamente con los escritores para llevar a cabo esta labor y exponía sus condiciones (extensión del artículo, plazos de entrega, retribución, etc.). Además, en este primer escrito al autor del TO, el PNT formula unas directrices sobre cómo el autor ha de redactar la publicación y el estilo que debe tener: ha de ser sencillo, con información concreta y sin las alabanzas exageradas, ya que estas publicaciones van a ser traducidas a otros idiomas y tienen la intención de despertar interés hacia España y no de ser obras literarias de gran nivel.

Asimismo, en estos escritos hemos localizado también indicios concretos que demuestran el gran poder de influencia de los autores de los TO también en la red de producción de las traducciones a diferentes idiomas. En estos escritos, el autor de TO se presenta como un agente de gran autoridad. En su escrito al PNT, el autor del TO afirma que tendrá en cuenta a la hora de redactar el artículo las indicaciones del PNT e intentará cumplirlas en la medida que su “peculiar modo de hacer” lo permita. Sin embargo, en su segundo escrito al PNT, en el que adjunta el TO definitivo, menciona que no le ha sido posible distanciarse demasiado de su “peculiar modo de hacer” y que, por tanto, el estilo no es el “corriente informativo”. Además, recalca que él mismo ha estado *in situ* en el lugar que describe, lo que le convierte en un experto en el lugar. El autor del TO justifica su decisión apoyándose en el modo de hacer de otros importantes escritores y con el fin de alejarse de la corriente descripción de las antiguas guías. De las palabras del último escrito entre el autor del TO y el PNT se desprende que, en esa época, era *vox populi* que los traductores solían “vulgarizar un poco el trabajo”. Por ello,

---

<sup>131</sup> Los escritos se encuentran en el Archivo General de la Administración de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.225.

y para solventar posibles dificultades que surjan en el proceso de traducción, el autor del TO, que tenía conocimientos de lenguas extranjeras, se ofrece como agente también en el proceso de traducción. En otras palabras, el autor del TO es un agente con mucho poder y un estatus consolidado.

Creemos que la agentividad individual de los autores de los TO depende de su grado de credibilidad y confianza, noción que Paloposki (2009) aplica a la agentividad traductora. Para que los autores de los TO sean capaces de negociar entre su agentividad individual y las normas y límites de la sociedad que les rodean, necesitan poseer cierta credibilidad y confianza, que, a menudo, se gana con una larga carrera y buenas críticas, como es el caso de los escritores que trabajaron para el PNT.

En cuanto a los agentes traductores, sabemos que en aquel momento el PNT contaba con el Negociado de Interpretación de Lenguas, que era el Negociado encargado de la redacción en idiomas extranjeros de diferentes instrumentos de promoción turística y demás publicaciones turísticas. Este Negociado disponía del personal necesario para hacer traducciones del español, francés, inglés, alemán y viceversa. Los trabajadores de este Negociado actuarían en calidad de representantes del Estado español, por lo que creemos que su agentividad estaba muy limitada. De hecho, por nuestras investigaciones y el análisis del material contextual, advertimos que su capacidad de influir en el proceso de traducción estaba por debajo de la del propio autor del TO. Los traductores serían uno de los agentes menos poderosos de la red.

Otro de los agentes integrantes de esta red serían aquellos involucrados en la recepción de los textos: los lectores, tanto el lector español como el lector alemán (indicados también con un rectángulo con fondo gris), capaces de influir en los originales y traducciones (Alvstad y otros 2017: 8). Como ya hemos revisado en el capítulo 3, en el ámbito turístico, el receptor es también un cliente potencial y le hemos denominado *lector-visitante*, es decir, del lector no solo se espera que lea la publicación turística, sino que visite el lugar promocionado. De ahí la importancia de la función interpersonal emisor-receptor, que es clave para la persuasión del lector-visitante en el discurso turístico. En el apartado 5.3.4, estudiaremos en profundidad cómo se presenta al lector-visitante en la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y qué indicios textuales nos aportan información sobre él.

Los elementos no humanos (indicados con triángulos) son el encargo de redacción de los TO, los escritos entre el PNT y los autores de los TO, los TO en español, los encargos de traducción, las propias traducciones al alemán, las directrices e indicaciones del PNT a autores y al Negociado de Interpretación de Lenguas, la

remuneración económica de autores de los TO y la nómina del personal del Negociado de Interpretación de Lenguas por sus servicios, los conocimientos, destrezas y competencias de autores y del personal del Negociado de Interpretación de Lenguas, etc.

El proceso de traducción de la serie “hojas plegables” nos sirve para mostrar la aplicación de las nociones de la múltiple autoría traductora (Jansen y Wegener 2013) y de la traducción como un proceso multivocal (Bassnett 2017). Como hemos desarrollado a lo largo de este apartado, estos conceptos también pueden aplicarse al proceso de redacción de los TO.

Si tenemos en cuenta la rapidez del PNT a la hora de redactar el plan de publicaciones turísticas en español y traducirlo a diferentes idiomas, podemos deducir que la comunicación entre el PNT y los diferentes agentes de la red (sobre todo, autores de los TO y traductores) fue fluida. Los agentes implicados *colaboraron* entre ellos y facilitaron el trabajo. Descartamos, por tanto, que existieran *fases de suspensión* (Jansen 2017: 140-156) en ambos procesos (redacción y traducción). Sí que es cierto que la agentividad de los participantes menos poderosos (autores TO y traductores) se ve comprometida por la de los más poderosos (PNT). Además, el PNT realizó un seguimiento de todo el proceso y reflejó todos sus pasos por escrito, archivándolos de forma administrativa.

En definitiva, aunque observamos ciertas desigualdades de poder entre los agentes implicados en esta red, creemos que el contexto de la redacción y traducción de la serie “hojas plegables” apunta más hacia un paradigma de colaboración entre los participantes (ANT de Latour), que hacia uno de competición (teoría social de Bourdieu).

## **5.2 Análisis macrotextual de la hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán**

En este apartado caracterizamos macrotextualmente el género *hoja plegable*. Para ello estudiamos y describimos la *estructura prototípica* (Calvi 2011) del género, con especial atención a su formato y la distribución espacial de los contenidos y de los diferentes elementos gráficos, tomando como ejemplos las hojas plegables *España*, *país de arte* y *Los jardines de España*, ejemplares que forman parte de nuestro catálogo (v. Anexo III del epígrafe 13.3 de esta tesis doctoral).

Se trata de dos ejemplares desplegables que son idénticos de tamaño y constan de dos caras. La cara A (v. Ilustración 24 e Ilustración 26) se compone de once textos y doce ilustraciones en blanco y negro que ocupan un lugar relevante en toda la publicación, ya que ilustran el texto descriptivo de cada monumento o cada jardín. La cara B de ambas hojas plegables (v. Ilustración 25 e Ilustración 27) contiene el mismo mapa monumental de España y una relación, por orden alfabético, de ciudades españolas de interés turístico, con la indicación de sus principales bellezas, monumentos y los hoteles más importantes.



**Ilustración 24. Cara A de *España, país de arte-TO***



**Ilustración 25. Cara B de *España, país de arte-TO***



**Ilustración 26. Cara A de *Los jardines de España-TO***



**Ilustración 27. Cara B de *Los jardines de España-TO***

Tal y como consta en la propia *Memoria* del PNT, la primera de estas publicaciones, *España, país de arte*, es una hoja plegable con bellas fotografías y la componen

[...] textos literarios de afamados escritores españoles y extranjeros como A. C. G. Bell, Edmundo de Amicis, Eugenio Noel, Maurice Barrés, Teófilo Gautier, James Howell, H. Ellis, Pérez Galdós, Blasco Ibáñez, Washington Irving y Waldo Franck. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 62)

En la segunda, *Los jardines de España*, se hace una descripción literaria de los jardines más bellos de España. Sus ilustraciones en huecograbado reproducen

[...] la gracia y poesía de los jardines de la Alhambra y del Generalife; del Alcázar de Sevilla; de Alfabia, en Mallorca; el llamado de los Frailes, del Monasterio de El Escorial; de Aranjuez; de La Granja; de Monforte, en Valencia; del Laberinto, en Barcelona; de Oca, en Pontevedra; del Palacete de la Moncloa, y del Parque de María Luisa, de Sevilla. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 62-63)

Finalmente, si tomamos como ejemplo representativo la hoja plegable *Los jardines de España-TO*, en la parte inferior de cada ilustración figura un pie de foto con el nombre de la imagen y el nombre del fotógrafo por lo que son fácilmente identificables. Cada texto y cada ilustración hacen referencia a un jardín. Los once jardines, con sus respectivos textos y fotografías, forman parte de un todo, la hoja plegable, pero también existe la posibilidad de que el lector lea cada texto de forma independiente. Lo mismo sucede con la hoja plegable *España, país de arte*.

Como podemos observar, el género *hoja plegable* incluye ejemplares en formato desplegable que están diseñados siguiendo la misma estructura.

A simple vista, predomina la función informativa y descriptiva. Estudiaremos esta cuestión junto con el grado de implicación del lector a nivel lingüístico en el apartado dedicado al análisis microtextual.

Este género textual comparte algunas características de las primeras guías de viaje (Calvi 2016: 17), ya que toma elementos de otros géneros textuales existentes:

- saber enciclopédico de diferentes áreas de conocimiento;
- información práctica para los viajeros: el listado de la cara B organizado por orden alfabético de ciudades españolas de interés turístico, con la indicación de sus principales bellezas, monumentos y los hoteles más importantes;
- materiales complementarios que cumplen funciones de apoyo: las doce ilustraciones y el mapa monumental de la cara B.

El emisor de las hojas plegables también adopta, como en las primeras guías turísticas, “la identidad de experto de los lugares” (Calvi 2016: 19).

Si clasificamos este género según las propuestas de Suau Jiménez (2012: 125) y Dann (1996: 135-170) desarrolladas anteriormente, se trata de un género de comunicación turística entre profesionales y usuarios que se realiza de forma indirecta mediante interacciones escritas. Se incluye dentro de la etapa *durante el viaje*, por tanto, sería *on-trip*, que es una característica de las guías de viaje desde la perspectiva actual.



El propio formato desplegable hace que sea de fácil manejo para el viajero, que puede llevar consigo la hoja y consultarla durante el viaje, si fuera necesario. Además, los datos prácticos en la cara B sobre las principales bellezas, monumentos y los hoteles de las ciudades españolas de más interés turístico, apoyan esta afirmación.

Conocemos que Dann (1996: 135-170) propone incluir géneros típicamente informativos como las guías en la etapa *pre-trip*, característica más bien de géneros más promocionales. Por esta razón, creemos que el viajero podría informarse sobre lo que iba a visitar con anterioridad y, por tanto, creemos conveniente incluir las hojas plegables también en esta etapa.

Siguiendo la clasificación de los géneros discursivos en la lengua del turismo que propone Calvi (2010), el género *hoja plegable* se genera dentro de la práctica social *descripción y promoción del destino turístico*. En un primer nivel, pertenece a la *familia de géneros institucionales originados en los organismos oficiales (gobiernos nacionales) con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de un destino turístico*.

Según los ejemplos de *macrogéneros* que aporta Calvi (2010: 23-24) y desde la perspectiva actual, el género *hoja plegable* compartiría a nivel estructural características del *macrogénero folleto*, en tanto que se trata de una publicación de carácter portátil y de distribución gratuita<sup>132</sup>, que tiene forma de desplegable y que combina partes descriptivas con otras secciones prácticas y elementos gráficos (las doce ilustraciones y el mapa monumental). A nivel lingüístico, guarda algunas diferencias con los folletos turísticos (estilo promocional y función persuasiva predominante), tal y como los comprendemos en la actualidad, que desarrollamos en el apartado dedicado al análisis microtextual.

Gracias a nuestras investigaciones y al material contextual ubicado en los diferentes archivos consultados, podemos describir las diferencias estructurales entre las hojas plegables en español y sus respectivas traducciones al alemán.

A continuación, nos centramos en las dos diferencias más significativas entre la hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán. A simple vista, una de las diferencias más llamativas es que, en la cara B de la traducción al alemán, se añaden el título del mapa y un texto con información general y resumida sobre los monumentos de España del mapa. Indicamos estas diferencias recuadradas (v. Ilustración 29).

---

<sup>132</sup> Grupo 1 del plan publicaciones turísticas del Patronato Nacional del Turismo (1928-1929) (v. Tabla 2).



**Ilustración 28. Cara A de *Los jardines de España-TM***



**Ilustración 29. Cara B de *Los jardines de España-TM***

La segunda diferencia entre el original y la traducción es que en la traducción se añade en la portada la dirección de la Agencia el PNT en Múnich (Alemania): MÜNCHEN – RESIDENZSTRASSE 6. Indicamos esta diferencia también con un recuadro (v. Ilustración 30).



**Ilustración 30. La portada de *Los jardines de España-TM***

Por último, este estudio descriptivo del género *hoja plegable* y su traducción nos ofrece pruebas consistentes para afirmar que los traductores encargados de la traducción al alemán poseían, a nivel macrotextual, la *competencia de género* a la que se refieren Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2), ya que, como observamos en las traducciones, los traductores han sido capaces de identificar las convenciones propias del género al que pertenece el texto original y han sabido utilizar las convenciones propias del género en la lengua y cultura de llegada (Hurtado Albir 2001: 492). En el siguiente apartado comprobaremos si esto también se cumple a nivel microtextual.

### 5.3 Análisis microtextual de la hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán

En los siguientes apartados, presentamos los resultados obtenidos del análisis microtextual de la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y de su traducción al alemán<sup>133</sup>.

Antes de continuar con el desarrollo de los resultados obtenidos del análisis microtextual de la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y de su traducción al alemán, consideramos conveniente puntualizar algunos términos. Las decisiones que toma el *autor* (del TO), como persona física, son observables en *la voz autorial (original)*, y las decisiones que toma el *traductor*, también como persona física, son observables en *la voz autorial traducida*. Además, cuando empleamos los términos *autor* y *traductor*, tenemos en cuenta no solo al individuo que redacta el TO o que traduce el texto, sino también a los otros agentes que influyen en las decisiones del *autor* (del TO) y del *traductor* y que, en consecuencia, también están implicados en el proceso de redacción y traducción.

#### 5.3.1 Expresión de la valoración en la hoja plegable *Los jardines de España* y su traducción al alemán

##### 5.3.1.1 Expresión directa del afecto

La voz autorial se caracteriza por emplear de manera puntual expresiones directas de afecto (v. Tabla 17). La primera expresión directa de afecto es de signo positivo y se refiere a la felicidad con la que los ingleses acogieron el estilo paisajista; la segunda, hace referencia a Felipe V y es de signo negativo, al estar situada después del verbo *disipar*. Más adelante, veremos como el sustantivo *melancolía* aparece en un doblete haciendo referencia a un aspecto positivo, dulce, de los jardines gallegos (v. realización 13 de Tabla 23).

**Tabla 17. Las realizaciones de la expresión directa del afecto en *Los jardines de España-TO***

<b>+ felicidad</b>
1. El estilo paisajista, acogido con entusiasmo en Inglaterra [por los ingleses] (9)
<b>- felicidad</b>
2. dan carácter a estos jardines que no lograron disipar la melancolía de Felipe V (6)

<sup>133</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

### 5.3.1.2 Expresión directa e indirecta del juicio

El autor del TO utiliza expresiones directas de juicio para referirse a la gran capacidad (juicio>estima social) de arquitectos, monarcas y arquitectos, que estuvieron involucrados en crear o reformar los jardines o los edificios que los rodeaban, como recogemos en la Tabla 18. Sólo se ha identificado un caso de juicio>sanción social referido a la bondadosa duquesa de Alba (+integridad moral) (realización 7 de la Tabla 18). La expresión directa de juicio *la gran maravilla de piedra que levantaron Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera* (realización 1 de la Tabla 18) es también una expresión directa de apreciación>+composición (v. realización 28 de la Tabla 21). Se trata de una categoría híbrida de juicio y apreciación, el autor del TO valora tanto la obra como la habilidad de su creador al que hace referencia directamente.

**Tabla 18. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *Los jardines de España-TO***

Estima social	
+ capacidad	
1.	la gran maravilla de piedra que levantaron Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera (4)
2.	el <b>verdadero</b> creador de los jardines de Aranjuez fué Felipe II (5)
3.	Esteban Boutelou, primero de una ilustre dinastía de jardineros (6)
4.	el gran arquitecto catalán Antonio Gaudí (8)
5.	En Montjuich el jardinero francés Forestier ha hecho surgir estos jardines de gran extensión y de singular atractivo (8)
6.	se confió su transformación al jardinero francés J. C. N. Forestier. Este, auxiliado por los arquitectos don Aníbal Alvarez y don José Gómez Millán, ha logrado hacer del Parque de María Luisa un jardín de estilo andaluz de lo más bello que puede imaginarse (11)
Sanción social	
+ integridad moral	
7.	la gentil duquesa de Alba (10)

Además, el autor no solo emplea expresiones directas de juicio, sino también indirectas, que clasificamos en dos grupos.

El primer grupo, juicio>estima social>-normalidad (realizaciones 1-3 de la Tabla 19), está relacionado indirectamente con la cultura árabe y su costumbre de ocultar los jardines. Las valoraciones que hacen referencia a este aspecto se encuentran en el texto sobre los Jardines Granadinos (pág. 1). El autor valora esta costumbre árabe como algo extraño, raro, de ahí el signo negativo. Todas las valoraciones relacionadas con este aspecto son también ejemplos de asociaciones, en las que nos detendremos más adelante (v. Asociaciones).

Consideramos que Abderramán, en representación de lo árabe, es la entidad humana valorada por el autor como responsable de encerrar el jardín, ya que un jardín no puede encerrarse él solo (realización 1 de la Tabla 19).

Otra referencia a la idea de *encerrar* aparece en la pág. 11 de la hoja plegable (realización 3 de la Tabla 19), en el texto referido al Parque de María Luisa de Sevilla. Este parque recibe su nombre por María Luisa Fernanda Borbón y Borbón, duquesa de Montpensier, quien donó los jardines a la ciudad en 1893. El parque no se abrió al público hasta 1914, fecha inicialmente prevista para la inauguración de la Exposición Iberoamericana que se aplazó hasta 1929. Tal y como se explica en la hoja plegable, “[a]l ser entregados al Comité de la Exposición Ibero-Americana se confió su transformación al jardinero francés J. C. N. Forestier” (pág. 11), quien decidió olvidarse de las modas de la época y dejó de lado el paisajismo inglés y el estilo geométrico francés para favorecer su inspiración en los jardines árabes y de corte romántico. Para lograrlo, potenció la plantación de decenas de especies caducifolias que hacían que el paisaje cambiara continuamente. Por este motivo, incluimos el Parque de María Luisa dentro del grupo de jardines con reminiscencia musulmana o de tradición árabe, como los de Granada y Mallorca (v. apartado 5.4)

El segundo grupo, juicio>estima social>capacidad (realizaciones 4-11 de la Tabla 19), se refiere indirectamente al buen hacer de gobernantes, arquitectos o artistas y acompaña a valoraciones de apreciación (+reacción/+composición/+valor social). Esto es lo que sucede en la realización 6 de la de la Tabla 19, donde Felipe II es el responsable de contratar al padre Cardona y a Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera. En todos los casos se nombra directamente al gobernante responsable.

Dentro de este grupo, se ha identificado una expresión indirecta de actitud de signo negativo de juicio>estima social>-capacidad: *Al pasar la Moncloa a poder del Estado la traza de los jardines se desvirtúa* (realización 11 de la Tabla 19). Con esta valoración, el autor del TO responsabiliza al Estado de *desvirtuar la traza de los jardines*. El verbo *desvirtuar* refuerza la prosodia negativa de la oración.

**Tabla 19. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *Los jardines de España-TO***

Estima social	
- normalidad	
1.	Abderramán I hizo transportar a Andalucía la palmera, el naranjo y el granado para recatarlos en los patios de sus espléndidos palacios. El jardín árabe es un jardín prisionero. Se encierra entre patios en los que el tiempo parece detenerse. (1)

2.	La flora andaluza y oriental oculta en los jardines granadinos los senderos enladrillados, las tazas y cauces de mármol. (1)
3.	EL PARQUE DE MARIA LUISA DE SEVILLA.—El parque de María Luisa encierra unos jardines de los más bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía. (11)
<b>+ capacidad</b>	
4.	Don Pedro el Cruel mandó restaurar en el siglo XIV a artistas mozárabes el Alcázar y los jardines. Más tarde Carlos V los transformó parcialmente con normas renacentistas. Los que hoy se ofrecen a nosotros atraen con el encanto inalterable de todo jardín de estilo oriental: naranjos, arrayanes, palmeras, albercas, azulejos, aguas que corren y saltan por canales y surtidores. (2)
5.	El espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio, señala también su trazado a los jardines que se extienden a lo largo de la fachada oriental del edificio. (4)
6.	El padre Cardona fue encargado por Felipe II de dirigir los jardines del Escorial. Según los describe fray José de Sigüenza ocupaban cuadros de verdura sembrados de flores que combinaban sus colores de forma tal “que semejaban alfombras finas de Turquía, de El Cairo o de Egipto”. Los arriates de boj del jardín de los frailes recortan la simetría de sus dibujos con la misma severa armonía de la gran maravilla de piedra que levantaron Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera. (4)
7.	El trazado de este jardín es sencillo y severo y varió poco desde los planos de Olveque, encargado de ello por Felipe II. (5)
8.	El Jardín del Príncipe, grande y frondoso, se debe a Carlos IV y denota la influencia italiana. (5)
9.	LOS JARDINES DE LA GRANJA.—Al pie mismo de la sierra de Guadarrama, Felipe V quiso crear un nuevo Versalles. (6)
10.	Carlos IV reformó los jardines y entonces se plantaron numerosos arriates de boj y se llevaron allí muchas fuentes. Al pasar la Moncloa a poder del Estado la traza de los jardines se desvirtúa. Hoy sólo quedan algunos restos de los llamados de la Princesa, Parterre, Caño Gordo, Paso, Estufa y Barranco. Este último es el del Palacete, restaurado por Winthuysen con arreglo a su antiguo carácter. (10)
<b>- capacidad</b>	
11.	Al pasar la Moncloa a poder del Estado la traza de los jardines se desvirtúa. (10)

Como se ha mencionado anteriormente, las valoraciones indirectas de juicio de la hoja plegable están relacionadas con el carácter prisionero y hermético de los jardines árabes. Algunas de ellas son también personificaciones y asociaciones, por lo que identificar y traducir este tipo de valoraciones no es tarea fácil y requiere de un buen bagaje cultural por parte del traductor. Teniendo en cuenta esto, el traductor decide que las asociaciones de este tipo no pasen inadvertidas para los lectores alemanes, lo que nos da a entender que ha comprendido perfectamente las asociaciones.

Además, el traductor atenúa la intensificación (fuerza) de las valoraciones y las explicita de forma cuidadosa, como desarrollamos más adelante (v. apartados 5.3.1.4 y 6.3.2). En la realización 1 de la Tabla 20, el traductor presenta la figura de Abderramán I de forma más suave que el autor del TO, ya que el predicado en torno al que se forma la cláusula *um sie (...) heimlich zu pflegen* [lit. *cuidarlos en secreto*] contiene el verbo *pflegen* que contrasta con la falta de intensificación del verbo *recatarlos* del TO español.

Otro ejemplo interesante es la traducción del juicio indirecto de la realización 2 de la Tabla 20. El cambio de punto de vista que realiza el traductor implica que

desaparezca el juicio indirecto>estima social>-normalidad y que se trate de una realización de apreciación directa>-composición, es decir, en la traducción se ha modificado el tipo de actitud y la categoría. El signo negativo de la valoración se mantiene. Sin embargo, al desaparecer el juicio, desaparece también la personificación y el jardín pasa de ser encerrado por alguien a ser un jardín que encierra otros elementos. Da la sensación de que el traductor no entendió bien este aspecto.

Como observamos en la realización 3 de la Tabla 20, traduce *Se encierra entre patios en los que el tiempo parece detenerse* por *Er liegt eingeschlossen zwischen Höfen, in denen die Zeit gefangen scheint*. En la traducción el tiempo no *parece detenerse*, sino que parece estar *atrapado* [gefangen].

Además, el autor del TO emplea una vez más el verbo *encerrar*, concretamente en el fragmento dedicado al parque de María Luisa de Sevilla (pág. 11), verbo que el traductor decide eliminar, optando por el verbo *sein* en alemán (*ser* en español). Esto hace que la expresión indirecta del juicio desaparezca, lo que contribuye una vez más a atenuar la intensificación (fuerza) (realización 5 de la Tabla 20).

**Tabla 20. La traducción de las realizaciones de la expresión indirecta del juicio (estima social>-normalidad) en *Los jardines de España-TM***

N.º	TO	TM
1	Abderramán I hizo transportar a Andalucía la palmera, el naranjo y el granado para recatarlos en los patios de sus espléndidos palacios. (1)	Abderraman I. verpflanzte nach Andalusien die Palme, die Orange und die Granate, um sie in den Höfen seiner herrlichen Paläste heimlich zu pflegen. (1)
2	El jardín árabe es un jardín prisionero. (1)	Der arabische Garten gleicht einem Gefängnisgarten. (1)
3	Se encierra entre patios en los que el tiempo parece detenerse. (1)	Er liegt eingeschlossen zwischen Höfen, in denen die Zeit gefangen scheint. (1)
4	La flora andaluza y oriental oculta en los jardines granadinos los senderos enladrillados, las tazas y cauces de mármol. (1)	Die Flora Andalusiens und des Orients verbirgt unter sich in den Gärten Granadas die mit bunten Fliesen bedeckten Wege, die Bassins und kleinen Wasserläufe aus Marmor. (1)
5	EL PARQUE DE MARIA LUISA DE SEVILLA.— El parque de María Luisa encierra unos jardines de los más bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía. (11)	DER MARIA-LUISEN-PARK IN SEVILLA.— Der María-Luisen-Park ist einer der schönsten Gärten Spaniens, der sich in der reinen Klarheit des andalusischen Himmels badet. (11)

En cuanto al resto de valoraciones indirectas de la subcategoría juicio>estima social>capacidad, todas se mantienen sin variación con respecto al texto origen, salvo un cambio de subcategoría llamativo, que se presenta en lo que sigue. En la expresión indirecta de juicio *El espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio, señala también su trazado a los jardines que se extienden a lo largo de la fachada oriental del edificio* (v. realización 5 de la Tabla 19), entendemos *austero* como *sencillo*,

algo positivo, y que hace referencia al tipo de arquitectura que promovió Felipe II y no a la personalidad del monarca, por lo tanto, pertenece a la subcategoría de la apreciación (v. realización 26 de la Tabla 21). El traductor opta por *Der strenge Geist Philipps II., welcher dem gesamten Monasterium Leben verhielt, gibt auch den Gärten ihren Charakter, welches sich längs der östlichen Seite des Gebäudes hinziehen*, cambiando la categoría de apreciación por afecto y el signo de positivo a negativo (afecto>-satisfacción). Parece como si el traductor no hubiera entendido que *austero* está relacionado con la arquitectura y no con la personalidad del rey.

### 5.3.1.3 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal en *Los jardines de España-TO* pertenece a la categoría de la apreciación (69 casos): +reacción (20 casos), +composición (22 casos) y +valor social (20 casos) (v. Tabla 21). Todos los casos de apreciación de signo negativo pertenecen a la subcategoría -composición (7 casos). El total de casos pertenecientes a la subcategoría composición (+/-) es de 29.

Destacan los gentilicios de las realizaciones 31, 32 y 61 (por su graduación) y la realización 55 de la Tabla 21 (por su posible connotación negativa), por su interés para estudiarlos más adelante en relación con otros subsistemas de la valoración (v. apartados 5.3.1.4 y 5.3.1.6). El contexto dará la clave de si ciertos gentilicios están cargados actitudinalmente o no.

La expresión directa de apreciación *una corriente de espíritu muy francés* (realización 61 de la Tabla 21), pertenecería a dos subcategorías: +composición y +valor social. Esta valoración se encuentra en un párrafo en el que se valora el gusto por lo francés (recordemos que las modas de la época defendían el gusto por el estilo geométrico francés) y se destacan asociaciones relacionadas con elementos franceses (*un nuevo Versailles, el estilo de los jardines de Le Nôtre*), que empaparon el país entero con la llegada del primer monarca Borbón a España (Felipe V). Además, en ese párrafo, el autor del TO valora a los arquitectos de los jardines y los propios jardines destacando su simetría, proporción, clasicismo y la unidad de todo el conjunto en sí.



**Tabla 21. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en *Los jardines de España-TO***

+ reacción
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El [jardín] <b>más</b> bello es el de Zoroya (1)</li> <li>2. empapan el ambiente de un perfume penetrante (1)</li> <li>3. [los jardines] a nosotros atraen con el encanto inalterable de <b>todo</b> jardín de estilo oriental (2)</li> <li>4. lugar este <b>muy</b> grato: (empapado de un ambiente delicioso de frescura y de sombra) (3)</li> <li>5. atractivo <b>principal</b> de este jardín (5)</li> <li>6. las bellas proporciones de los arriates (6)</li> <li>7. Atractivo <b>singular</b> de estos jardines son sus fuentes (6)</li> <li>8. el frescor de sus umbrías (y de sus alamedas centenarias) (6)</li> <li>9. Los jardines levantinos (...) son <b>de los más</b> bellos de España (7)</li> <li>10. <b>Uno de los que más seducen</b> es el jardín de Monforte (7)</li> <li>11. El [jardín] de Monforte es <b>de los que con mayor</b> atracción convidan a perderse entre (7)</li> <li>12. <b>toda</b> la hermosa huerta de Valencia es un jardín maravilloso (7)</li> <li>13. jardines <b>muy</b> bellos (8)</li> <li>14. los empapa su grata frescura [del agua] (8)</li> <li>15. <b>Los</b> jardines <b>más</b> hermosos de Galicia son los del Marqués de Camarasa en Oca y los del Marqués de Valladares en Castrelos (9)</li> <li>16. la poética provincia de Pontevedra (9)</li> <li>17. Los jardines de la Moncloa de Madrid están llenos de poético encanto (10)</li> <li>18. una hermosa fuente (10)</li> <li>19. El parque de María Luisa encierra <b>unos</b> jardines <b>de los más</b> bellos de España (11)</li> <li>20. un jardín de estilo andaluz <b>de lo más</b> bello <b>que puede imaginarse</b> (11)</li> </ol>
+ composición
<ol style="list-style-type: none"> <li>21. la gracia de los naranjos y los limoneros (1)</li> <li>22. Graciosas arcadas (1)</li> <li>23. el silencio de los patios (1)</li> <li>24. las gracias del jardín hispano-árabe (2)</li> <li>25. La isla dorada de Mallorca (3)</li> <li>26. El espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio, señala también su trazado a los jardines que se extienden a lo largo de la fachada oriental del edificio. (4)</li> <li>27. alfombras finas de Turquía, de El Cairo o de Egipto (4)</li> <li>28. la gran maravilla de piedra que levantaron Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera (4)</li> <li>29. <b>Doce</b> fuentes de piedra, <b>muy</b> sencillas (4)</li> <li>30. <b>cuatro</b> cuadros de bojes (centenarios) <b>del más</b> fino dibujo (4)</li> <li>31. jardines <b>muy</b> franceses (estos de la Granja) (6)</li> <li>32. del paisaje españolísimo de la sierra (6)</li> <li>33. sus fuentes, famosas por la gracia de sus juegos de agua (6)</li> <li>34. tierra luminosa (7)</li> <li>35. un jardín moderno (7)</li> <li>36. <b>Los</b> estilos <b>más</b> diferentes (8)</li> <li>37. <b>el más</b> puro tipo de jardín neoclásico (8)</li> <li>38. tranquilos lagos (9)</li> <li>39. su antiguo carácter (10)</li> <li>40. la traza antigua de su plantación (10)</li> <li>41. bañados en la claridad del cielo de Andalucía (11)</li> <li>42. la gracia de fuentes y canales, de avenidas y glorietas (11)</li> </ol>
- composición
<ol style="list-style-type: none"> <li>43. la línea estremecida de los cipreses (1)</li> </ol>

<p>44. un rumor de aguas fugitivas (1)</p> <p>45. un vasto arriate de boj (5)</p> <p>46. Un <b>auténtico</b> laberinto de boj (8)</p> <p>47. sus macizos componen un dibujo complicado y el que penetra entre ellos encuentra difícilmente la salida (8)</p> <p>48. las junturas de las piedras, cubiertas de musgo, y prisioneras de las plantas trepadoras (9)</p> <p>49. las pérgolas prisioneras de las plantas trepadoras (11)</p>
<b>+ valor social</b>
<p>50. tierra de viejos jardines (1)</p> <p>51. sus espléndidos palacios (1)</p> <p>52. (No se puede imaginar) lugar comparable (1)</p> <p>53. cuyo elogio hizo grabar un poeta árabe [jardines elogiados] (1)</p> <p>54. Mi jardín <b>no tiene rival en el mundo</b> (1)</p> <p>55. bajo la dominación mora (2)</p> <p>56. jardines maravillosos (3)</p> <p>57. <b>cuatro</b> cuadros de bojes centenarios (4)</p> <p>58. Las arboledas magníficas de Aranjuez (5)</p> <p>59. los árboles centenarios (5)</p> <p>60. cuyas avenidas vieron pasar (...) los personajes de la corte de Carlos IV (5)</p> <p>61. una corriente de espíritu <b>muy</b> francés (6)</p> <p>62. su representación <b>genuina</b> (6)</p> <p>63. (sus fuentes), famosas por la gracia de sus juegos de agua (6)</p> <p>64. sus alamedas centenarias (6)</p> <p>65. los jardines italianos y en las láminas de los tratados de arquitectura (que al crearse este jardín) gozaban de predicamento (7)</p> <p>66. toda la hermosa huerta de Valencia es un jardín maravilloso (7)</p> <p>67. <b>Dos</b> ejemplos admirables de jardín neoclásico (8)</p> <p>68. los <b>últimos grandes</b> jardines creados en España (8)</p> <p>69. al carácter de los jardines de los viejos castillos y abadías de Inglaterra (9)</p>

#### 5.3.1.4 Expresión de la graduación de la actitud: foco agudizado y fuerza intensificada

La voz autorial se caracteriza por presentar las actitudes de forma muy graduada, principalmente, mediante focos agudizados y fuerza intensificada, a través de superlativos y por repetición de elementos.

Cuando el foco es agudizado, hay una mayor inversión del autor en la posición valorada. Por ejemplo, en la realización 1 de la Tabla 22, el autor se implica más en valorar la figura del rey Felipe II como el artífice de los jardines de Aranjuez. El autor invierte más en la promoción de los jardines promovidos por Felipe II, los reformados por Carlos IV y los de tipo francés.

La mayor parte de la graduación en forma de fuerza intensificada afecta a valoraciones pertenecientes a las subcategorías apreciación>+reacción y apreciación>+composición. Concretamente llama la atención el uso que hace el autor

de la fuerza intensificada en los gentilicios que representan apreciaciones (v. apartado 5.3.1.3).

**Tabla 22. La expresión de graduación en *Los jardines de España-TO*: foco agudizado y fuerza intensificada mediante superlativos**

Foco agudizado	
1.	el <b>verdadero</b> creador de los jardines de Aranjuez fué Felipe II (5)
2.	atractivo <b>principal</b> de este jardín (5)
3.	Atractivo <b>singular</b> de estos jardines son sus fuentes (6)
4.	Un <b>auténtico</b> laberinto de boj (8)
5.	su representación <b>genuina</b> (6)
6.	estos jardines de gran extensión y de <b>singular</b> atractivo (8)
Fuerza intensificada>superlativos	
7.	El [jardín] <b>más</b> bello es el de Zoroya (1)
8.	Los jardines levantinos (...) son de <b>los más</b> bellos de España (7)
9.	<b>Uno de los que más seducen</b> es el jardín de Monforte (7)
10.	El [jardín] de Monforte es <b>de los que con mayor</b> atracción (7)
11.	<b>Los</b> jardines <b>más</b> hermosos (9)
12.	El parque de María Luisa encierra <b>unos</b> jardines <b>de los más</b> bellos de España (11)
13.	un jardín de estilo andaluz <b>de lo más</b> bello <b>que puede imaginarse</b> (11)
14.	<b>cuatro</b> cuadros de boj (centenarios) <b>del más</b> fino dibujo (4)
15.	del paisaje español <b>ísimo</b> (6)
16.	<b>Los</b> estilos <b>más</b> diferentes (8)
17.	<b>el más</b> puro tipo de jardín neoclásico (8)
18.	Mi jardín <b>no tiene rival en el mundo</b> (1)

El autor del TO utiliza un total de veinte sintagmas en los que recurre a la intensificación por repetición de elementos: ocho sintagmas con valoraciones de tipo homogéneo (pertenecientes a la misma subcategoría o signo) y doce, de tipo mixto (pertenecientes a diferentes subcategorías o signos), que recogemos en la Tabla 23. Los casos más frecuentes son los dobletes. Según su categoría actitudinal, la mayor parte de los significados intensificados mediante esta técnica de repetición pertenecen a la categoría de la apreciación.

**Tabla 23. La expresión de graduación en *Los jardines de España-TO*: fuerza intensificada por repetición de elementos**

	Elemento 1	Elemento 2	Tipo de valoración
<b>Dobletes con la conjunción copulativa “y”</b>			
1. los finos y apretados arrayanes (1)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
2. altos y tristes cipreses (1)	+com (apreciación)	-com (apreciación)	mixta
3. El trazado de este jardín es sencillo y severo (5)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
4. el Jardín del Príncipe, grande y frondoso (5)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
5. la regularidad y el orden del trazado geométrico (7)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea

6. estos jardines de gran extensión y de <b>singular</b> atractivo (8)	+com (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta	
7. normas de su viejo y típico trazado (10)	+val (apreciación)	+com (apreciación)	mixta	
<b>Dobletes sin conjunción</b>				
8. el encanto inalterable de todo jardín de estilo oriental (2)	+reac (apreciación)	+val (apreciación)	mixta	
9. con la misma severa armonía (de la gran maravilla de piedra) (4)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	mixta	
10. un remanso de sosiego incomparable (5)	+reac (apreciación)	+val (apreciación)	mixta	
11. imitarla [a la naturaleza] en sus bellas irregularidades (9)	+reac (apreciación)	-com (apreciación)	mixta	
12. un atractivo incomparable (11)	+reac (apreciación)	+val (apreciación)	mixta	
<b>Otros ejemplos de dobletes</b>				
13. Una sensación de suavidad, de melancolía <sup>134</sup> (9)	+com (apreciación)	-fel (afecto)	mixta	
14. sumergidos en una luz cernida: luz de atardecer (9)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea	
	<b>Elemento 1</b>	<b>Elemento 2</b>	<b>Elemento 3</b>	<b>Tipo de valoración</b>
<b>Tripletes con la conjunción copulativa “y”</b>				
15. empapado de un ambiente delicioso de frescura y de sombra (3)	+com (apreciación)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	mixta
16. la extraña y atrayente modernidad del parque Güell (8)	-com (apreciación)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	mixta
17. trazado con atrevida y sugestiva originalidad por el gran arquitecto catalán Antonio Gaudí (8)	+norm (juicio)	+norm (juicio)	+norm (juicio)	homogénea
18. [el jardín del “Laberinto”] es un modelo de pureza en el estilo por la armonía de su trazado y la graciosa regularidad de sus líneas (8)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
<b>Tripletes sin conjunción</b>				
19. lugares de penetrante seducción poética (3)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	homogénea
20. la gracia de su primitiva belleza (10)	+com (apreciación)	+val (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta

<sup>134</sup> Véase referencia al sustantivo *melancolía* en el apartado 5.3.1.1.

Sin duda, una de las diferencias más significativas entre el TO y el TM es que en la traducción se rebaja la graduación de las valoraciones actitudinales en ocho casos, como mostramos en la Tabla 24, ya sea mediante la supresión del maximizador (realización 1), del lexema aislado (realizaciones 2, 5 y 8), del superlativo responsable de la graduación>fuerza>intensificación (realizaciones 3, 4 y 6) o del foco agudizado (realización 7).

**Tabla 24. La expresión de la graduación en *Los jardines de España-TM*: bajada de graduación**

N.º	TO	TM
1	[los jardines] a nosotros atraen con el encanto inalterable de <b>todo</b> jardín de estilo oriental (2)	ziehen sie uns durch den sich immer gleichbleibenden Liebreiz des orientalischen Gartenstils an (2)
2	lugar este <b>muy</b> grato: (empapado de un ambiente delicioso de frescura y de sombra) (3)	Ein herrlicher Ort: (voll köstlicher Frische und einem Schatten ohne Gleichen) (3)
3	El [jardín] de Monforte es de <b>los que con mayor</b> atracción (7)	Die Anlagen von Monforte fordern uns durch ihren Liebreiz auf (7)
4	un jardín de estilo andaluz de <b>lo más bello que puede imaginarse</b> (11)	einen Garten <b>reinsten</b> und <b>schönsten</b> andalusischen Styles (11)
5	Doce fuentes de piedra, <b>muy</b> sencillas (4)	Zwölf Steinbrunnen, einfach in ihrer Ausführung, (4)
6	del paisaje español <b>ísimo</b> (6)	einer urspanischen Gebirgslandschaft (6)
7	Un <b>auténtico</b> laberinto de boj (8)	Ein Irrgarten von Buchsbaumhecken (8)
8	una corriente de espíritu <b>muy</b> francés (6)	ein Zug französischen Geistes (6)

Por otro lado, se aumenta la intensidad de la graduación añadiendo el grado superlativo en dos casos (fuerza>intensificación>superlativo) (realizaciones 9 y 10 de la Tabla 25) y se modifica la graduación de foco (agudizado) a fuerza intensificada (grado superlativo) en otros dos casos (realizaciones 11 y 12 de la Tabla 25).

**Tabla 25. La expresión de la graduación en *Los jardines de España-TM*: subida de graduación**

N.º	TO	TM
9	Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa por todos deseada (1)	Auf der ganzen Welt kennt mein Garten keinen Rivalen: er gleicht der <b>schönsten</b> Braut, die alle begehren (1)
10	alfombras finas de Turquía, de El Cairo o de Egipto (4)	“den <b>feinsten</b> türkischen Teppichen oder denen von Kairo oder Aegypten ähnelte”. (4)
11	atractivo <b>principal</b> de este jardín (5)	<b>die</b> <b>schönsten</b> Punkte dieses Gartens (5)
12	su representación <b>genuina</b> (6)	seinen <b>reinsten</b> Ausdruck (6)

En cuanto a la traducción de los sintagmas intensificados por repetición, la voz autorial traducida realiza algunas variaciones interesantes (v. Tabla 26), como detallamos en lo que sigue:

- cambios de categorías (realizaciones 13 y 17);
- creación de nuevos dobles (realizaciones 14, 15, 16 y 17);

- desaparición del doblete al eliminar uno de los elementos (realización 18);
- traducción al alemán mediante la composición nominal (realización 19);
- supresión de la conjunción o los dos puntos, si bien consideramos que estos casos semánticamente continúan siendo dobletes (realizaciones 20 y 21);
- adición de la conjunción (realización 21).

**Tabla 26. La traducción de los dobletes y tripletes en *Los jardines de España-TM***

N.º	TO	TM
13	Una sensación de suavidad, de melancolía (9)	Ein Gefühl der Ruhe, der Melancholie (9)
14	las gracias del jardín hispano-árabe (2)	die Anmut und Grazie der spanisch-arabischen Gärten (2)
15	los empapa su grata frescura [del agua] (8)	verschwenderisch bewässert und bieten daher dem Besucher einen angenehmen und kühlen Aufenthalt (8)
16	un jardín de estilo andaluz <b>de lo más bello que puede imaginarse</b> (11)	einen Garten <b>reinsten</b> und <b>schönsten</b> andalusischen Styles (11)
17	sus fuentes, famosas por la gracia de sus juegos de agua (6)	(die Wasserkünste dieser Gärten,) welche durch das leichte und graziöse Spiel ihrer Wasser das Auge fesseln (6)
18	normas de su viejo y típico trazado (10)	(auf Grund) der alten Angaben (10)
19	altos y tristes cipreses (1)	schlanktraurige Cypressen (1)
20	la regularidad y el orden del trazado geométrico (7)	Regelmässigkeit der geometrischen Anordnung (7)
21	sumergidos en una luz cernida: luz de atardecer (9)	geboren aus dem matten Licht der Dämmerung (9)

### 5.3.1.5 Lenguaje figurado: imágenes, símiles y personificaciones

El autor del TO se sirve de numerosos ejemplos de lenguaje figurado para valorar los jardines. Estas expresiones están cargadas de simbolismo. Con ellas, busca convertir los jardines en lugares que provoquen todo tipo de emociones y sensaciones.

Las imágenes en *Los jardines de España-TO* apelan a todos los sentidos del lector para crear experiencias mentales poderosas sobre los lugares que menciona, así como respuestas emocionales (*atracción, seducción*) a elementos de esos lugares *poéticos*, por lo que se incluyen dentro de las expresiones directas de actitud>apreciación y, la mayor parte, pertenecen a la subcategoría +reacción. En la Tabla 27 presentamos una selección de ejemplos representativos de estas imágenes, donde podemos observar que las imágenes se sustentan sobre el dominio base de las percepciones de los sentidos del olfato, la vista, el oído y el tacto para evocar ante el lector el ambiente de los jardines.

**Tabla 27. Las imágenes en *Los jardines de España-TO*: selección de ejemplos representativos**

Categoría	Realización
olfato	1. empapan el ambiente de un perfume penetrante (1)
vista	2. sus fuentes, famosas por la gracia de sus juegos de agua (6)
	3. Los jardines levantinos (...) son <b>de los más</b> bellos de España (7)
	4. sumergidos en una luz cernida: luz de atardecer (9)
	5. El parque de María Luisa encierra <b>unos</b> jardines <b>de los más</b> bellos de España (11)
	6. un jardín de estilo andaluz <b>de lo más</b> bello <b>que puede imaginarse</b> (11)
oído	7. el silencio de los patios (1)
	8. un rumor de aguas fugitivas (1)
tacto	9. empapado de un ambiente delicioso de frescura y de sombra (3)
	10. el frescor de sus umbrías (y de sus alamedas centenarias) (6)
	11. los empapa su grata frescura [del agua] (8)

Asimismo, destacan dos ejemplos de símil dentro de la cita del poeta árabe *Me parezco a un océano de placer y de belleza. Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa por todos deseada* (pág. 1). El primer símil —*Me parezco a un océano de placer y de belleza*— pertenecería a las subcategorías del afecto>+satisfacción y de la apreciación>+reacción (valoraciones indirectas). Se trata, a su vez, de un doblete que une sus dos elementos mediante la conjunción y. El segundo símil —(*Mi jardín no tiene rival en el mundo:*) *es semejante a la novia hermosa por todos deseada*— pertenece a las categorías de apreciación>+reacción y de afecto(graduado)>+satisfacción (valoraciones indirectas).

Por último, se han identificado las personificaciones que recogemos en la Tabla 28, que a, su vez, serían valoraciones indirectas de juicio (v. apartado 5.3.1.2). La primera personificación *jardín prisionero* (realización 1) pertenece a la subcategoría juicio>estima social>-normalidad. Otra personificación que pertenece a este grupo es *[e]l parque de María Luisa encierra unos jardines de los más bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía* (realización 2), en la que el parque de María Luisa representa a los árabes en su costumbre de encerrar los jardines. En la realización 3, *[e]n el Monasterio del Escorial la arquitectura dicta sus reglas a la jardinería se personifica la arquitectura en referencia al espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio* pertenece a la subcategoría juicio>estima social>+capacidad.

**Tabla 28. Las personificaciones en *Los jardines de España-TO***

Estima social
- normalidad
1. El jardín árabe es un jardín prisionero. (1)
2. EL PARQUE DE MARIA LUISA DE SEVILLA.—El parque de María Luisa encierra <b>unos</b> jardines <b>de los más</b> bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía. (11)

+ capacidad	
3.	En el Monasterio del Escorial la arquitectura dicta sus reglas a la jardinería. El espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio, señala también su trazado a los jardines que se extienden a lo largo de la fachada oriental del edificio. (4)

El traductor intenta reproducir las imágenes sensoriales del TO y realiza algunas modificaciones en la traducción de los símiles y las personificaciones, que incluimos en la Tabla 29. En el símil de la realización 1, se produce un cambio de subcategoría: afecto>+satisfacción »<sup>135</sup> afecto>+felicidad (realización 1). El sustantivo *placer* se traduce por *Freude [alegría]*, por lo que pertenece a la subcategoría afecto>+felicidad. En el símil de la realización 2, se acentúa la graduación empleando un superlativo (realización 2). La personificación de la realización 3 desaparece en la traducción, tal y como hemos mencionado en el apartado 5.3.1.2.

**Tabla 29. La traducción de símiles y personificaciones en *Los jardines de España-TM***

N.º	TO	TM
1	Me parezco a un océano de placer y de belleza. (1)	Ich bin wie ein Ozean der Freude und Schönheit. (1)
2	Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa <b>por todos</b> deseada. (1)	Auf der ganzen Welt kennt mein Garten keinen Rivalen: er gleicht der schönsten Braut, die <b>alle</b> begehren. (1)
3	EL PARQUE DE MARIA LUISA DE SEVILLA.— El parque de María Luisa encierra <b>unos</b> jardines <b>de los más</b> bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía. (11)	DER MARIA-LUISEN-PARK IN SEVILLA.— Der María-Luisen-Park ist <b>einer der schönsten</b> Gärten Spaniens, der sich in der reinen Klarheit des andalusischen Himmels badet. (11)

#### 5.3.1.6 Asociaciones

La hoja plegable *Los jardines de España-TO* contiene diferentes asociaciones que hacen referencia a elementos culturales e históricos. Para comprender el sistema de valores y, en última instancia, la ideología que subyace al texto de la hoja plegable es de gran importancia identificar y entender las asociaciones correctamente. En ocasiones, las asociaciones pasan inadvertidas para el traductor (y para el lector del TO), ya que son expresiones indirectas de la actitud e identificarlas y comprenderlas no es tarea fácil, puesto que requieren de un buen bagaje cultural por parte del lector. A continuación, revisamos las asociaciones identificadas:

- *recatarlos* (pág. 1), *se encierra* (pág.1), *un jardín prisionero* (pág.1), *oculta* (pág.1), *encierra* (pág.11): las cinco valoraciones que lleva a cabo el autor al emplear estas expresiones son negativas y hacen referencia a la costumbre

<sup>135</sup> Indicamos así la traducción (español » alemán).



de la cultura árabe de ocultar sus jardines para el disfrute personal de sus dueños. Dada su larga presencia en la Península, la cultura musulmana es la que más influyó en los jardines españoles creando un estilo propio: los jardines hispanomusulmanes. Autores como Nieto Caldeiro (2002), han estudiado los aspectos propios de estos jardines, que se caracterizan por la simetría, la presencia de muchos espacios fraccionados divididos por altos muros y contienen numerosos juegos de agua y abundante naturaleza. Tal y como apunta esta autora, para los musulmanes, jardín era sinónimo de “paraíso”, definido como tal en el Corán (II, 23):

El jardín del que habla el Corán era realizado con el mismo espíritu y bajo igual concepto que levantaban una ciudad: con el carácter hermético y sagrado, privado e íntimo, lejos de exhibiciones. Esta significación espiritual les aleja de valores formales y de estructuras sólidas, buscando lo sensual, el disfrute de los sentidos y los materiales no duraderos. (Nieto Caldeiro 2002: 6)

Estas asociaciones son también expresiones del juicio>estima social>-normalidad (v. realizaciones 1-3 de la Tabla 19);

- *viejo(s)* (págs.1, 9 y 10): el autor no emplea el adjetivo viejo en sentido negativo, sino todo lo contrario. Con él, hace referencia a algo valioso por su antigüedad. Estas asociaciones son también expresiones de apreciación>+valor social (v. realizaciones 50 y 69 de la Tabla 21 y la realización 7 de la Tabla 23). Lo mismo sucede con *centenarios* (v. realizaciones 57, 59 y 64 de la Tabla 21) y *primitiva* (realización 20 de la Tabla 23);
- *Juan Bautista de Toledo* (pág. 4): Juan Bautista de Toledo (1515-1567) fue uno de los arquitectos renacentistas españoles más destacados de su tiempo, con excepcional experiencia en urbanismo e ingeniería militar e hidráulica. Es conocido por haber proporcionado las trazas generales para la construcción del Real Monasterio de El Escorial, su obra magna. En 1559, fue llamado a Madrid por el rey Felipe II para ocuparse de las obras reales;
- *Juan de Herrera* (pág. 4): Juan de Herrera de Maliaño (1530-1597) fue un arquitecto, matemático, geómetra y militar español, considerado uno de los máximos exponentes de la arquitectura renacentista hispana. Su estilo arquitectónico se caracteriza por ser sobrio y severo, llamado *herreriano* en su honor. Este estilo fue representativo del reinado de Felipe II e influyó

notablemente en la arquitectura española posterior, principalmente a lo largo del siglo XVII;

- *el estilo de Le Nôtre* (págs. 5 y 6): con esta expresión, el autor hace referencia a André Le Nôtre (1613-1700), jardinero del poderoso rey francés Luis XIV desde 1645 hasta 1700, que dio renombre al jardín de estilo francés y realizó los jardines más fascinantes, opulentos y hermosos del siglo XVII. Las principales características de sus jardines son el gusto por la geometría, la simetría en los ejes principales, las grandes perspectivas, el agua como elemento indispensable (espejos, fuentes, lagos y juegos de agua), los parterres como en Versalles y la ornamentación con esculturas y estatuas;
- *Versalles* (pág. 6): hace referencia al palacio del rey francés Luis XIV, símbolo del poder monárquico y absolutista. Al incluir esta asociación el autor está comparando estos jardines con los de la Granja, dotándoles de poder y valor social;
- *el primer Borbón/Pirineos* (pág. 6): se refiere a la llegada a España de los Borbones procedentes de Francia a través de los Pirineos. Los Borbones eran reyes extranjeros, de ahí la *melancolía* (pág. 6) que sentía Felipe V, el primer rey borbón de España;
- *Goya* (pág. 10): hace referencia a Francisco José de Goya y Lucientes (1746-1828), uno de los pintores y grabadores españoles más importantes de su época. Goya retrataba a personajes ilustres;
- *(bajo la dominación) mora* (pág. 2): desde la posición deíctica de nuestros días, es decir, como lectores del siglo XXI, puede que el adjetivo *moro/a* tenga una connotación negativa. Sin embargo, en el contexto de 1929, creemos que esta expresión ha de interpretarse únicamente como referencia a los musulmanes que habitaron en España desde el siglo VIII hasta el XV. De hecho, el signo de la oración es positivo, a pesar del matiz negativo que implica el sustantivo *dominación*, dando a entender que las *gracias* de los jardines del Alcázar de Sevilla alcanzaron su plenitud durante la época musulmana y, en 1929, únicamente quedaban *restos* de lo que fueron. Esta asociación también es una realización de apreciación directa (v. realización 55 de la Tabla 21);

- *una corriente de espíritu muy francés y [j]ardines muy franceses estos de la Granja* (pág. 6): con la llegada de los Borbones franceses a España llegaron también nuevas corrientes de pensamiento. Esta nueva dinastía estaba fuertemente influenciada por las tendencias políticas, económicas y sociales francesas cuyos defensores reformaron España. Estas asociaciones también son realizaciones de apreciación directa (v. realizaciones 31 y 61 de la Tabla 21).

### 5.3.1.7 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

La hoja plegable *Los jardines de España-TO* consta de 120 oraciones. De este total de oraciones: 108 son monoglósicas y 12 heteroglósicas, por lo que la voz autorial tiene principalmente un carácter monoglósico, como mostramos en la Tabla 30. Una de las oraciones contiene dos heteroglosias (*consideración* y *reconocimiento*), lo que hace un total de trece heteroglosias en doce oraciones heteroglósicas.

Analizando más en detalle las heteroglosias, ocho de ellas son heteroglosias contractivas, es decir, el autor cierra el espacio dialogístico a posiciones alternativas: *rechazo>negación* (1 caso), *rechazo>contradicción* (3 casos), *contradicción>concesión* (1 caso), *declaración>afirmación* (2 casos) y *declaración>pronunciamento* (1 caso). El autor abre el espacio dialogístico en cinco ocasiones: *consideración* (2 casos) y *atribución>reconocimiento* (3 casos).

La monoglosia hace un sitio a la heteroglosia *expansiva* en el momento en el que el autor incluye tres citas textuales realizadas por voces de autoridad externas al texto que son expertos en la materia (*heteroglosia>expansión>atribución>reconocimiento*) (heteroglosias 12-14 de la Tabla 30). Mediante la inclusión de estas citas, el autor abre el espacio dialogístico a otras voces, pero, en este caso, no adelanta su posición con las citas, no las respalda, no adquiere responsabilidad, no es un refuerzo, por lo que debemos buscar la posición de la voz autorial con respecto a estas proposiciones en otras partes del texto, por ejemplo, en las monoglosias.

En esta hoja plegable, la monoglosia es tan frecuente que anula la heteroglosia de *reconocimiento* para presentar al autor como comprometido categóricamente con la posición valorada y hacer así que el lector se alinee con ese punto de vista. Por tanto, a pesar de ser consideradas *reconocimiento* y de teóricamente abrir el espacio dialogístico a posiciones alternativas, no queda mucho lugar para el diálogo.

Cabe destacar que la **consideración** de la tercera cita (heteroglosias 11/14 en la Tabla 30) indica que el autor introduce la posición representada por las voces externas expertas de forma “sigilosa”, quizás teniendo en cuenta a otras posibles voces (lectores o interlocutores) que opinen que las palabras de Chambers no son la mejor manera de definir lo que es el estilo paisajista.

**Tabla 30. La expresión del compromiso en *Los jardines de España-TO*<sup>136</sup>**

mon.	1. Los jardines levantinos—tierra luminosa—son de los más bellos de España. (7)			
heteroglosia	contracción	rechazo	negación 2. <b>No</b> se puede imaginar lugar comparable al de sus jardines. (1)	contradicción- concesión 6. [Aunque han estado abandonados...] Unos años de abandono no han podido quitarles la gracia de su primitiva belleza. (10)
			contradicción 3. <b>Pero</b> el verdadero creador de los jardines de Aranjuez fué Felipe II. (5) 4. Los actuales <b>tan solo</b> son restos de los que bajo la dominación mora se extendían hasta la orilla del Guadalquivir. (2) 5. Hoy <b>sólo</b> quedan algunos restos de los llamados de la Princesa, Parterre, Caño Gordo, Paso, Estufa y Barranco. (10)	
		declaración	acuerdo / afirmación 7. En ellos subsiste <b>claramente</b> la tradición árabe. (3) 8. Los jardines de Galicia se diferencian <b>claramente</b> de los demás jardines españoles. (9)	
	pronunciamiento 9. <b>Puede afirmarse que</b> toda la hermosa huerta de Valencia es un jardín maravilloso. (7)			
	expansión	consideración	10. Son jardines de estilo paisajista, como los ingleses, cuyo origen <b>se supone</b> en la China, y que fué implantado en Europa por el jardinero inglés William Kent. (9) 11. El estilo paisajista, acogido con entusiasmo en Inglaterra, <b>puede caracterizarse</b> con estas palabras de <b>Chambers</b> , creador del jardín de Kew: “La Naturaleza es su modelo y su objeto es imitarla en sus bellas irregularidades”. (9)	
atribución		reconocimiento 12. Jardines cuyo elogio hizo grabar <b>un poeta árabe</b> en las paredes de un mirador de la Alhambra: “Me parezco a un océano de placer y de belleza. Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa por todos deseada”. (1) 13. Según los describe <b>fray José de Sigüenza</b> ocupaban cuadros de verdura sembrados de flores que combinaban sus colores de forma tal “que semejaban alfombras finas de Turquía, de El Cairo o de Egipto”. (4) 14. El estilo paisajista, acogido con entusiasmo en Inglaterra, <b>puede caracterizarse</b> con estas palabras de <b>Chambers</b> , creador del jardín de Kew: “La Naturaleza es su modelo y su objeto es imitarla en sus bellas irregularidades”. (9)		

<sup>136</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

La traducción de la hoja plegable consta de 142 oraciones, frente a las 120 del texto origen. Este aumento de sustancia textual se debe a los nueve segmentos que el traductor añade (v. apartado 5.3.2).

Es significativo que, en estos segmentos añadidos, el traductor incluye cuatro heteroglosias más, que mostramos en la Tabla 31: un caso de **contradicción**, dos casos de **pronunciamiento** y un caso de **consideración**. Por tanto, en los segmentos añadidos, el traductor cierra el espacio dialogístico a posiciones alternativas en los tres primeros ejemplos y lo abre en el cuarto ejemplo.

Siguiendo a Martin y White (2005: 127), los **pronunciamientos** son formulaciones que denotan una implicación o una intervención explícita del traductor, en este caso. De hecho, el traductor emplea en el adverbio alemán *wohl* [*seguramente*], para reforzar este **pronunciamiento**, al igual que en inglés se usa *really* o *indeed* (Martin y White 2005: 127). Con ello, el traductor cierra el espacio dialogístico a posiciones alternativas y descarta voces contrarias. El **pronunciamiento** (realización 2 de la Tabla 31) aparece justo después de una **contradicción** (en el mismo segmento añadido) (realización 1 de la Tabla 31). El **pronunciamiento** es una forma de insistir que implica, a su vez, la presencia de una potencial resistencia; de hecho, solo es necesario insistir cuando hay un punto de vista opuesto, de lo contrario es redundante. Quizás pudieron existir lectores resistentes en el texto de los jardines de Mallorca (pág. 3) que creían que solo los jardines de Raixa y Alfabia (realización 1) eran los únicos que merecían la pena y el traductor quiso dejar claro que toda la isla es un *jardín único* (realización 2). Esto demostraría que el traductor estaba invirtiendo más en la promoción de Mallorca como destino turístico a los ojos del lector alemán que a los ojos del lector del texto español original.

En cuanto a la **consideración** (realización 4 de la Tabla 31), se trata de una heteroglosia en la que el traductor presenta su posición como una de muchas posibles y hace hueco a esas diferentes posiciones. En concreto, en este caso se trata de una **consideración de grado bajo**: *vielleicht* [*quizás*]. El traductor da por hecho que su audiencia estará dividida y que su posición es una opción entre muchas. Este tipo de heteroglosia no excluye a los miembros de la audiencia que tengan una posición contraria y establece con ellos cierta relación de solidaridad.

**Tabla 31. Las heteroglosias en los segmentos añadidos en *Los jardines de España-TM***

N.º	Segmentos añadidos
1	<b>Aber nicht nur</b> die Gärten von Raixa und Alfabia verschönern mit ihrem Laubwerk die Insel Mallorca. (3)
2	<b>Man kann wohl behaupten</b> , dass die ganze Insel ein einziger Garten ist. (3)
3	Es sind Gärten, die <b>man wohl</b> als romantisch <b>bezeichnen kann</b> . (9)
4	Das schönste dieses Gartens sind <b>vielleicht</b> die beschnittenen Cypressen, welche Plätze und Alleen bilden und zu einem Aufenthalt einladen, damit sich der Besucher dem Eindrücke reinsten Harmonie, die sie in jedem Moment dartun, hingeben kann. (7)

Sin duda alguna, la voz autorial traducida es más heteroglósica en los segmentos añadidos que en el resto del texto. A continuación, nos detenemos en analizar más detalladamente estos segmentos.

### 5.3.2 Segmentos añadidos en la traducción de *Los jardines de España*

El traductor de la hoja plegable *Los jardines de España* añade nueve segmentos de su cosecha, que, según se observa, se insertan de forma muy acertada aprovechando el espacio disponible en la publicación.

Todos estos segmentos aportan más información sobre los jardines y moldean la voz autorial traducida. Se trata de aclaraciones y explicaciones añadidas que demuestran que el traductor era experto en la materia.

La siguiente tabla incluye todos los segmentos añadidos junto con una breve descripción de la adición

**Tabla 32. Los segmentos añadidos en *Los jardines de España-TM***

N.º	Segmento añadido <sup>137</sup>	Descripción de la adición
1	(...) Die schönste ist der Garten von Zoraya, viereckig von einem Kanal in Marmorbecken durchgezogen mit zahlreichen Springbrunnen verziert. <u>Ein anderer wunderschönen Garten ist der der Sultanin, auch Cypressengarten genannt. Seine Mitte bildet eine Art Halbinsel, welche in zwei Teile zerfällt, der mittelste mit einem Teich aus dem ein Springbrunnen hervorsprudelt und die beiden Seiten mit Blumenbeeten. Rosen, Nelken, Flieder, Jasmin, Lavendel tranken die Luft mit ihrem schweren Atem. (...)</u> (1)	Añade la descripción de otro jardín, el Patio del Ciprés de la Sultana.
2	(...) kleine Brunnen mit Fliesenbänken an den Wegkreuzungen, das Gartenhaus Karls'V. von einer Galerie mit fünffachen Bogen umgeben, die sich auf schlanke Kapitelle stützen. <u>Die Gärten des Alcazar sind mit Mauern umgeben und ihr Dasein bleibt der Aussenwelt verschwiegen. Die Araber fanden stets</u>	Aclara la asociación sobre los jardines árabes y su carácter oculto la costumbre árabe de ocultar sus jardines.

<sup>137</sup> Los segmentos añadidos se indican subrayados.

N.º	Segmento añadido <sup>137</sup>	Descripción de la adición
	<p><u>Gefallen daran, ihre Gärten zu verheimlichen, um den Liebreiz ihres Baumbestandes und ihrer Alleen intimer und reiner zu gestalten als ein kleines Paradies, wo der Geist sich zurückziehen kann in das süsse Gefühl eines tiefen Friedens und der unendlichen Ewigkeit. Bis in den letzten Winkel dieser Garten dringt die Kühle der Atmosphäre, das unaufhörliche Gemurmel der Springbrunnen, der Rhythmus des die Kanäle durchrauschenden Wassers, welches die Luft mit seiner angenehmen Frische durchtränkt, alles dies gibt jedem Teil des Gartens seine Illusion von Lichtfülle und Poesie.</u></p> <p>(2) (fin de la página)</p>	<p>Carga mucho actitudinalmente el segmento (muchas imágenes).</p>
3	<p>(...) Ein wesentliches Merkmal ersterer ist die Freitreppe, welche zum grossen Wasserbecken führt, unterbrochen von Treppenabsätzen, die jedes Mal rechts und links eine neue Terrasse bilden, welche mit Tannen, Orangen, Cypressen, Oleander, weissem und lila Flieger bepflanzt sind. <u>Diese Gärten gehörten dem Kardinal Despuig, welcher sich nach einem langen Aufenthalt in Rom an diesen unvergleichlichen Ort der Ruhe und des Friedens zurückzog, um hier den Rest seines Lebens zu verbringen.</u> (...) (3)</p>	<p>Explica quién fue el propietario de los jardines.</p>
4	<p>(...) Ein herrlicher Ort: voll köstlicher Frische und einem Schatten ohne Gleichen. <u>Aber nicht nur die Gärten von Raixa und Alfabia verschönern mit ihrem Laubwerk die Insel Mallorca. Man kann wohl behaupten, dass die ganze Insel ein einziger Garten ist. Die prächtige Landschaft Mallorkas weist viele ländliche Wohnsitze mit Gärten und Höfen auf, die alle vom Geiste der arabischen Tradition getragen sind. Lauden, Erker, Wasserbecken, Brunnen verwandeln einen jeden "patio" Mallorkas in ein Plätzchen köstlicher Poesie und Anziehungskraft.</u> (3) (fin de la página)</p>	<p>Hace hincapié en que toda la isla de Mallorca es como un "jardín único" y un lugar en el que reside la tradición árabe.</p> <p>Incluye dos heteroglosias: <b><i>contradicción</i></b> y <b><i>pronunciamento</i></b>.</p>
5	<p>(...) Der Garten ist von einem griechisch-römischen Geländer eingefasst, welches mit seinen charakteristischen Kugeln die gesamte Terrasse umläuft. <u>Der Mönschgarten ladet durch die strenge Reinheit seiner Linien zu einem Spaziergang zwischen den beschnittenen Buchsbaumhecken ein. Die enorme Steinmasse des Monasteriums, welche längs des Gartens ihre breite Fassade mit den Reihen symmetrisch angeordneter Fenster erstreckt, die harmonische Einfachheit der Galerie Convalescientes und vor allem der freie Blick auf die am Horizont sich verlierende Landschaft rufen in der Seele des Besuchers einen Schauer von Grösse und Abgeklärtheit hervor.</u> (4) (fin de la página)</p>	<p>Aporta más información sobre el monasterio, su jardín, su galería y las vistas que ofrece.</p> <p>Apela al visitante.</p>
6	<p>(...) Klassische Statuen und Büsten schmücken die Beete und Terrassen. <u>Das Bestreben nach Harmonie und Kraft in der Linienführung nach der Regelmässigkeit in den Proportionen sind charakteristische Merkmale des Gartens von Monforte. Seine Alleen sind mit geometrischer Präzision angelegt, was jedoch der Grazie der Gesamtheit des Gartens keinen Abbruch tut. Eine klassische Atmosphäre bewegt sich in diesen von Buchshecken eingefassten Wegen, welche Statuen griechischer und römischer Götter zieren. Das schönste dieses Gartens sind vielleicht die beschnittenen Cypressen, welche Plätze und Alleen bilden und zu einem Aufenthalt</u></p>	<p>Describe el jardín de Monforte con más exactitud.</p> <p>Incluye una heteroglosia: <b><i>Consideración</i></b>.</p>

N.º	Segmento añadido <sup>137</sup>	Descripción de la adición
	<u>einladen, damit sich der Besucher dem Eindrucke reinsten Harmonie, die sie in jedem Moment dartun, hingeben kann.</u> Ausser diesem Garten gibt es noch viele andere in der Gegend von Valencia. (...) (7)	Apela al visitante.
7	(...) Sie sind verschwenderisch bewässert und bieten daher dem Besucher einen angenehmen und kühlen Aufenthalt. <u>Ein grosses Naturtheater erhebt sich hier im Freien, auf welchem mit der natürlichen Dekoration der Bäume und Pflanzen die Tragödien des klassischen Altertums aufgeführt werden sollen. Ausserdem bieten einen weiten und herrlichen Blick auf das schöne Stadtbild Barcelonas.</u> (8) (fin de la página)	Apelación previa al visitante. Describe los jardines de Montjuich como un “teatro natural” desde los que hay maravillosas vistas de la ciudad de Barcelona.
8	(...) Dieser Stil, der in England mit Begeisterung aufgenommen wurde, kann mit folgenden Worten Chambers, dem Schöpfer der Anlagen gekennzeichnet werden: “Die Natur ist sein Modell und sein Zweck ist diese in ihrer schönen Unregelmässigkeit nachzuahmen”. <u>Im Gegensatz zu der Regelmässigkeit und der Symmetrie, welche aus dem französischen Garten ein den klassischen Normen unterworfenes Etwas machten, verkünden die Gärten englischen Stils, wie diejenigen Galiziens, den Triumph der Freiheit in der Linienführung, die Schönheit des Unvorhergesehenen, die Nachahmung der willkürlichen Natur. Es sind Gärten, die man wohl als romantisch bezeichnen kann. Und deshalb gewannen sie im 19. Jahrhundert die Oberhand, den ihre Anlage stellt wie kein anderer Garten das aufrührerische Ungestüm jeder Norm gegenüber dar, welche den Geist künstlerischer Schöpfung in feste und unveränderliche Bahnen lenken will.</u> Die Hauptelemente der galizischen Gärten sind: gestautes Wasser in ruhigen Seen, wie in Oca; (...) (9) (fin de la página)	Compara el jardín de estilo francés con el de estilo inglés, como los de Galicia, y se posiciona de parte de estos últimos; exalta los jardines de estilo inglés/gallegos; carga mucho actitudinalmente el segmento (tres dobles seguidos).  Incluye una heteroglosia: <b><i>Consideración.</i></b>
9	(...) Letzterer gehörte zum Schlösschen, und als Winthuysen ihn restaurierte, gab er ihm seinen früheren Charakter wieder. <u>Er ist von hohen granitartigen Steinmauern umgeben und wird von zwei Terrassen gebildet. Es wurde unter Ferdinand VII. angelegt und in kurzer Zeit gelegentlich seiner Transformation in einen modernen Garten, derart verändert, dass es heute nicht mehr möglich ist, ihn auf Grund seiner früheren Pläne zu rekonstruieren. Es war der letzte Garten klassischen Stils, der in Spanien angelegt wurde.</u> Der Irrgarten besitzt noch einen herrlichen Brunnen aus jener Zeit, aber seine ursprüngliche Gestalt ging verloren. (10) (fin de la página)	Describe la creación del último jardín clásico diseñado en España.

Uno de los segmentos añadidos más interesantes es el segmento 2 de la Tabla 32, en el que el traductor incluye una explicación sobre la asociación relativa a la costumbre árabe de ocultar sus jardines con el fin de que el lector alemán la comprenda y que esta no pase inadvertida. Este párrafo contiene tres nuevas realizaciones de juicio indirecto relacionadas con esta costumbre árabe (v. Tabla 33).



**Tabla 33. Las realizaciones del juicio en los segmentos añadidos *Los jardines de España-TM***

<b>Estima social</b>	
<b>- normalidad</b>	
1.	Die Gärten des Alcazar sind mit Mauern umgeben und ihr Dasein bleibt der Aussenwelt verschwiegen [die Araber] (2)
2.	Die Araber fanden stets Gefallen daran, ihre Gärten zu verheimlichen (2)
<b>+ capacidad</b>	
3.	(um den Liebreiz ihres Baumbestandes und ihrer Alleen) intimer und reiner zu gestalten [die Araber] (2)

Con este párrafo añadido, el traductor destaca el gusto de los árabes por ocultar sus jardines, como si fueran *pequeños paraísos* [*als ein kleines Paradies*], y los presenta como lugares bellos, con un ambiente y aire fresco, llenos de agua y de luz, lugares poéticos, en los que todo el mundo desea estar (v. apartado 5.3.1.6). La inclusión de estas explicaciones en la traducción facilita al lector la interpretación del elogio del poeta árabe que sigue al párrafo: *Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa por todos deseada* (pág. 1).

En cuanto a las valoraciones de actitud aisladas que se han observado en los segmentos añadidos son principalmente apreciaciones directas (v. Tabla 34): +reacción (5 casos), +composición (9 casos) y +valor social (6 casos).

**Tabla 34. Las realizaciones de la apreciación directa en los segmentos añadidos en *Los jardines de España-TM***

<b>+ reacción</b>	
1.	den Liebreiz ihres Baumbestandes und ihrer Alleen (2)
2.	die Kühle der Atmosphäre (2)
3.	(...) Wassers, welches die Luft mit seiner angenehmen Frische durchtränkt (2)
4.	<b>Das schönste</b> dieses Gartens (7)
5.	das schöne Stadtbild Barcelonas (8)
<b>+ composición</b>	
6.	das unaufhörliche Gemurmel der Springbrunnen (2)
7.	der Rhythmus des die Kanäle durchrauschenden Wassers (2)
8.	Die prächtige Landschaft (3)
9.	vom Geiste der arabischen Tradition (3)
10.	der Grazie der Gesamtheit des Gartens (7)
11.	Ein grosses Naturtheater (8)
12.	den ihre Anlage stellt wie kein anderer Garten das aufrührerische Ungestüm jeder Norm gegenüber dar (9)
13.	in einen modernen Garten (10)
14.	der letzte Garten klassischen Stils (10)
<b>+ valor social</b>	
15.	Ein anderer wunderschönen Garten (1)

16. als ein kleines Paradies (2)
17. ein einziger Garten (3)
18. Und deshalb gewannen sie im 19. Jahrhundert die Oberhand (9)
19. seinen früheren Charakter (10)
20. seiner früheren Pläne (10)

Otro de los aspectos más llamativos es que el traductor intenta reproducir las imágenes sensoriales de la voz autorial original. De hecho, añade más ejemplos a cada categoría (v. Tabla 35) y utiliza dos adjetivos en sentido figurado (*süß* y *köstlich*) que podrían incluirse dentro de la categoría del *gusto*, algo que resulta novedoso. A continuación, se enumeran los ejemplos más representativos, que pertenecen a la apreciación>+reacción (olfato, vista, tacto y gusto) y +composición (vista y oído).

**Tabla 35. Las imágenes en los segmentos añadidos en *Los jardines de España-TM***

Categoría	Realización
olfato	1. (...) Wassers, welches die Luft mit seiner angenehmen Frische durchtränkt (2)
vista	2. dem Eindrücke reinsten Harmonie (7)
oído	3. das unaufhörliche Gemurmel der Springbrunnen (2)
	4. der Rhythmus des die Kanäle durchrauschenden Wassers (2)
tacto	5. die Kühle der Atmosphäre (2)
gusto	6. das süsse Gefühl eines <b>tiefen</b> Friedens und der <b>unendlichen</b> Ewigkeit (2)
	7. ein Plätzchen köstlicher Poesie und Anziehungskraft (3)

Además, el traductor emplea dobletes y tripletes (quince casos) que pertenecen a diferentes categorías de la actitud (v. Tabla 36). La mayor parte de ellos refuerzan las imágenes sensoriales que describen unos jardines llenos de poesía, paz y tranquilidad. Resultan interesantes las siguientes realizaciones:

- *einen Schauer von Grösse und Abgeklärtheit* (realización 7) tiene signo positivo a pesar de que *escalofrío* pueda considerarse inicialmente algo negativo;
- *ein Plätzchen köstlicher Poesie und Anziehungskraft* (realización 4) [lit. *un pequeño lugar de poesía y atracción deliciosas*]. El traductor emplea el adjetivo *köstlich* [*delicioso*], adjetivo que suele acompañar a sustantivos que designan alimentos, para describir la *poesía* y *atracción* del jardín;
- *den Triumph der Freiheit in der Linienführung* (realización 12), *die Schönheit des Unvorhergesehenen* (realización 13) y *die Nachahmung der willkürlichen Natur* (realización 14) que aparecen seguidos formando un triple doblete.

**Tabla 36. Los dobles y tripletes en los segmentos añadidos en *Los jardines de España*-TM**

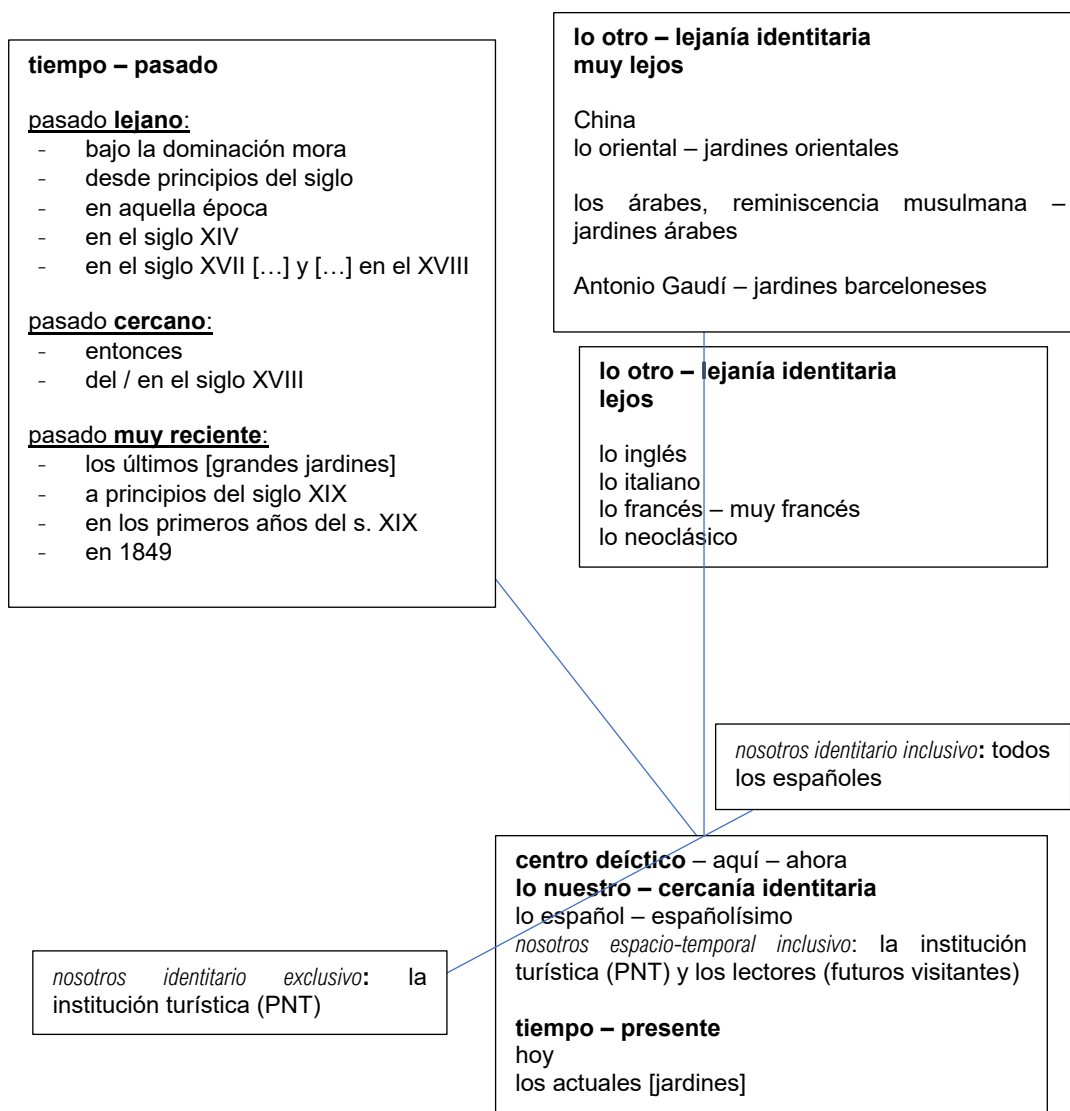
	Elemento 1	Elemento 2	Elemento 3	Tipo de valoración
1. das süsse Gefühl eines <b>tieffen</b> Friedens und der <b>unendlichen</b> Ewigkeit (2)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	homogénea
2. seine Illusion von Lichtfülle und Poesie (2)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta
3. an diesen unvergleichlichen Ort der Ruhe und des Friedens (3)	+val (apreciación)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta
4. ein Plätzchen köstlicher Poesie und Anziehungskraft (3)	+val (apreciación)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta
5. die strenge Reinheit seiner Linien (4)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	-	homogénea
6. die harmonische Einfachheit der Galerie Convalecientes (4)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	-	homogénea
7. einen Schauer von Grösse und Abgeklärtheit (4)	+reac (apreciación)	+val (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta
8. Das Bestreben nach Harmonie und Kraft in der Linienführung nach der Regelmässigkeit in den Proportionen (7)	+ten (juicio)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	mixta
9. dem Eindrucke reinsten Harmonie (7)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	mixta
10. einen weiten und herrlichen Blick (8)	+com (apreciación)	+val (apreciación)	-	mixta
11. der Regelmässigkeit und der Symmetrie(, welche aus dem französischen Garten ein den klassischen Normen unterworfenen Etwas machten) (9)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	-	homogénea
12. den Triumph der Freiheit in der Linienführung (9)	+val (apreciación)	+com (apreciación)	-	mixta
13. die Schönheit des Unvorhergesehenen (9)	+reac (apreciación)	+val (apreciación)	-	mixta
14. die Nachahmung der willkürlichen Natur (9)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	-	homogénea
15. in feste und unveränderliche Bahnen (9)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	-	homogénea

En definitiva, en estos segmentos añadidos, la voz autorial traducida imita el patrón valorativo de la voz autorial original. De este modo, se refuerza también el sistema de valores del texto, que presentamos en el apartado 5.4.

### 5.3.3 Posición deíctica en *Los jardines de España* y su traducción al alemán

Como explicamos en los apartados teórico y metodológico, la deixis es la forma de posicionamiento más evidente y nos permite averiguar en qué posición se encuentra el autor del texto. Para ello, se han analizado los marcadores temporales, espaciales e identitarios, que mostramos en la Figura 9.

**Figura 9. La posición deíctica en *Los jardines de España-TO*<sup>138</sup>**



<sup>138</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

Como presentamos en la figura anterior, los marcadores espacio-temporales de pasado y los identitarios, que se refieren a la gran lejanía identitaria, son los más abundantes. Frente a la lejanía identitaria de lo oriental, en el centro deíctico situamos marcadores identitarios inclusivos como *españolísimo*. El autor no hace ninguna referencia a los marcadores identitarios exclusivos que apelan a los futuros visitantes. Esta sería la principal diferencia con la figura de la posición deíctica en la versión alemana de *Los jardines de España*, donde encontramos tres referencias a esta categoría (*Besucher*, en alemán), como estudiamos en este apartado. Otra variación interesante, que también veremos, es el uso que hace el traductor de numerosos indicadores espacio-temporales inclusivos que se refieren a la institución turística y a los lectores, que son los futuros visitantes, y que estarían situados en el centro deíctico de la figura de posición deíctica en *Los jardines de España-TM*.

Siguiendo a Munday (2012: 70-71), los indicadores de posición deíctica en la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y su traducción al alemán se han clasificado en cuatro categorías, que mostramos en la Tabla 37.

El autor del TO recurre a la primera persona del plural de cuatro formas: el pronombre *nosotros* (1 caso), el determinante posesivo de primera persona del plural *nuestro* (2 casos), el verbo conjugado en primera persona del plural (4 casos) o el pronombre reflexivo de primera persona del plural *nos* (3 casos).

Se aprecian dos diferencias en la realización de la posición deíctica entre la voz autorial original y la traducida. La primera diferencia la podemos observar en las realizaciones 2, 3, 4, 6, 7 y 19 de la Tabla 37, donde el traductor añade seis realizaciones más en la primera categoría (*nosotros espacio-temporal inclusivo*) que se refieren a la institución turística y a los lectores-futuros visitantes. Esto implica que el traductor intenta formar más equipo con el lector alemán que el autor del TO con el lector español. Además, el traductor omite una realización de la segunda categoría (*nosotros identitario inclusivo*) (realización 13). Resulta significativo que el traductor no adapte el texto a los futuros visitantes alemanes y mantenga el pronombre posesivo *nuestro/a*, que forma parte de la categoría *nosotros identitario inclusivo*, en las realizaciones 11 y 1. Creemos que esta decisión implica una desalineación del traductor con el lector alemán. La segunda diferencia en la realización de la posición deíctica entre la voz autorial original y la traducida, es que el autor no apela directamente a los futuros visitantes (*ellos identitario exclusivo*) y, el traductor, sí lo hace (realizaciones 16, 17 y 18). En este punto nos detendremos más adelante.

Tabla 37. Los indicadores de posición deíctica en *Los jardines de España-TO* y su traducción<sup>139</sup>

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>140</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros espacio-temporal inclusivo</i>	la institución turística (PNT) y los lectores (futuros visitantes)	1	Los que hoy se ofrecen a <b>nosotros</b> atraen con el encanto inalterable de todo jardín de estilo oriental: naranjos, arrayanes, palmeras, albercas, azulejos, aguas que corren y saltan por canales y surtidores. (2)	So wie <b>wir</b> die Gärten heute <b>sehen</b> , ziehen sie <b>uns</b> durch den sich immer gleichbleibenden Liebreiz des orientalischen Gartenstils an: Orangen, Myrten, Palmen, Wasserbecken, bunte Fliesen, springendes und fliessendes Wasser in Brunnen und Bächen. (2)
		2	<b>[correspondencia TO]</b> De esta época aun se conserva [Ø] <sup>141</sup> el trazado y disposición del jardín de la Isla, así llamado por estar en una isla del Tajo, y que pertenece al estilo de los jardines renacentistas italianos y franceses anteriores a Le Nôtre. (5)	<b>[realización añadida]</b> Aus dieser Zeit hat sich noch bis auf <b>unsere Tage</b> der Charakter und die Einteilung des Inselgartens bewahrt, nach einer im Flusse Tajo gelegenen Insel genannt, und welcher den Gärten des italienischen und französischen Renaissancestils von der Zeit von Le Nôtre zuzuzählen ist. (5)
		3	<b>[correspondencia TO]</b> En él [Ø] se encuentran las fuentes de Hércules y Acteón, de Alcides, del “Niño de la Espina”, de Baco, de Neptuno. (5)	<b>[realización añadida]</b> <b>Wir finden</b> hier die Herkulesfontaine, den Akteonbrunnen, die Quelle des Alzydes, des “Niño de la Espina” (Der Knabe mit dem Dorn) den Bachus- und den Neptunbrunnen. (5)
		4	<b>[correspondencia TO]</b> [Ø] Jardines muy franceses estos de la Granja, que descansan en la falda del paisaje españolísimo de la sierra. (6)	<b>[realización añadida]</b> Sehr französisch muten <b>uns</b> die Gärten der Granja an, welche im Schosse einer urspanischen Gebirgslandschaft liegen. (6)
		5	Las de la Fama, de las Tres Gracias, del Abanico, de Latona, la cascada de las carreras de caballos, dan carácter a estos jardines que no lograron disipar la melancolía de Felipe V, y hoy <b>nos</b> ofrecen el frescor de sus umbrías y de sus alamedas centenarias. (6)	Die “Fuente de la Fama” (Die Ruhmesfontaine), sowie der Qell der Drei Grazien, der Fächerbrunnen, die Fontaine der Latona, die Kaskaden der Carrera de Caballos (Der Triumphzug des Neptun) verleihen diesen Gärten ihren eigenartigen Charakter, denen es nicht gelang die Schwermut Philipps V. zu verschrecken und die <b>uns</b> heute in der Kühle und dem Schatten ihrer hundertjährigen Pappeln aufnehmen. (6)

<sup>139</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).

<sup>140</sup> Las correspondencias en el TO se indican en color verde.

<sup>141</sup> Nos referimos a las correspondencias en el TO de realizaciones añadidas por el traductor como [Ø].

		6	<b>[correspondencia TO]</b> El de Monforte es de los que con mayor atracción convidan [Ø] a perderse entre sus arriates de boj, sus emparrados de jazmín, sus glorietas de cipreses finamente diseñadas. (7)	<b>[realización añadida]</b> Die Anlagen von Monforte fordern <b>uns</b> durch ihren Leibreiz auf, in ihren Jasminranken, ihren feinumrissenen Cypressenlauben. (7)
		7	<b>[correspondencia TO]</b> Los estilos más diferentes pueden contemplarse en estos jardines barceloneses: desde el más puro tipo de jardín neoclásico cual “El Laberinto” del marqués de Alfarrás hasta la extraña y atrayente modernidad del parque Güell trazado con atrevida y sugestiva originalidad por el gran arquitecto catalán Antonio Gaudí. (8)	<b>[realización añadida]</b> <b>Wir können</b> hier die verschiedensten Stile <b>betrachten</b> , vom reinsten neuklassischen, wie z.B. “El Laberinto” des Marquis de Alfarrás, bis zum wunderlichen und anziehenden Stil der Neuzeit des Parkes Güell, welchen der bedeutende katalonische Architekt Antonio Gaudi in kühner und origineller Eingebung ausführte. (8)
		8	Dos ejemplos admirables de jardín neoclásico <b>nos</b> brinda sobre todo Barcelona con los jardines de Horta. (8)	Zwei herrliche Beispiele neuklassischer Gärten bietet <b>uns</b> Barcelona in seinen Anlagen der Horta: das “Laberinto” und der Garten des Marquis de Casa Gomis. (8)
		9	<b>Estamos</b> aquí lejos de los jardines andaluces en los que el sol se refleja intensamente en las albercas y en los juegos de agua. (9)	Hier <b>sind wir</b> weit entfernt von den andalusischen Gärten, wo die Sonne sich in den Brunnen und in dem Spiel ihrer Wasser widerspiegelt. (9)
		10	<b>[correspondencia TO]</b> Y hoy comienzan a resurgir al ser restaurados según normas de su viejo y típico trazado [Ø]. (10)	<b>[realización añadida]</b> Und heute, da man anfängt sie auf Grund der alten Angaben wieder herzurichten, <b>werden wir</b> sie von neuem in ihrem ursprünglichen Zustand <b>sehen</b> . (10)
<i>nosotros identitario inclusivo</i>	todos los españoles	11	Con el primer Borbón entró por los Pirineos una corriente de espíritu muy francés que empapó <b>nuestra atmósfera nacional</b> en el siglo XVIII. (6)	Mit dem ersten Bourbonen kam über die Pyrenäen her ein Zug französischen Geistes, welcher <b>unsere heimische Atmosphäre</b> im 18. Jahrh. befruchtete. (6)
		12	Entonces se implantó en <b>nuestro país</b> el estilo de los jardines de Le Nôtre reflejado en la Granja, imitación de Versailles, según el trazado de Renato Carlier que desarrolló después Esteban Boutelou, primero de una ilustre dinastía de jardineros. (6)	Zu jener Zeit wurde in <b>unserem Lande</b> der Gartenstil von Le Nôtre berühmt, so wie <b>wir</b> ihn heute in den Gärten der Granja <b>sehen</b> , eine Nachahmung von Versailles auf Grund der Angaben von Renato Carlier, welche später Stefan Boutelou, der erste einer berühmten Gartenkünstlerdynastie, zur Ausführung brachte. (6)
		13	No son muchos los jardines neoclásicos que <b>tenemos</b> en España. (7)	<b>[realización omitida]</b> <sup>142</sup> [*] Es gibt nicht viele neuklassische Gärten in Spanien. (7)

<sup>142</sup> Las omisiones de realizaciones en el TM se indican con un asterisco entre corchetes [\*].

<i>nosotros identitario exclusivo</i>	la institución turística (PNT)	14	Los actuales jardines son obra del siglo XVIII y <b>sabemos</b> su fecha por que ellos mismos nos lo dicen. (4)	Sie selbst geben <b>uns</b> dieses Datum an. (4)
		15	No <b>tenemos</b> datos sobre como fueron primitivamente estos jardines. (11)	<b>Wir besitzen</b> keinerlei Angaben über den ursprünglichen Zustand dieser Gärten. (11)
<i>ellos identitario exclusivo</i>	el futuro visitante	16	[segmento no presente]	[segmento añadido] <sup>143</sup> <u>Die enorme Steinmasse des Monasteriums, welche längs des Gartens ihre breite Fassade mit den Reihen symmetrisch angeordneter Fenster erstreckt, die harmonische Einfachheit der Galerie Convalecientes und vor allem der freie Blick auf die am Horizont sich verlierende Landschaft rufen in der Seele des <b>Besuchers</b> einen Schauer von Grösse und Abgeklärtheit hervor. (4)</u>
		17	[segmento no presente]	[segmento añadido] <u>Das schönste dieses Gartens sind vielleicht die beschnittenen Cypressen, welche Plätze und Alleen bilden und zu einem Aufenthalt einladen, damit sich der <b>Besucher</b> dem Eindrucke reinster Harmonie, die sie in jedem Moment dartun, hingeben kann. (7)</u>
		18	[correspondencia TO] <u>El agua corre abundante por estos jardines y los empapa de su grata frescura [Ø]. (8)</u> [segmento no presente]	<u>(...) Sie sind verschwenderisch bewässert und bieten daher dem <b>Besucher</b> einen angenehmen und kühlen Aufenthalt.</u> [segmento añadido] <u>Ein grosses Naturtheater erhebt sich hier im Freien, auf welchem mit der natürlichen Dekoration der Bäume und Pflanzen die Tragödien des klassischen Altertums aufgeführt werden sollen. Ausserdem bieten einen weiten und herrlichen Blick auf das schöne Stadtbild Barcelonas. (8)</u>

<sup>143</sup> Los segmentos añadidos por el traductor se indican subrayados.



### 5.3.4 Proyección del lector-visitante en *Los jardines de España* y su traducción al alemán

Tanto el autor como el traductor, a través de sus manifestaciones observables en las voces autoriales (original y traducida), construyen en la hoja plegable el tipo de lector meta (español y alemán) que esperan que lea su texto, que, además, en el caso de los textos de promoción turística, se espera que sea el futuro visitante de los jardines.

Tal y como hemos mostrado en el apartado anterior, el autor del TO no apela directamente al futuro visitante, si bien el traductor sí lo hace: nombra al futuro visitante en dos ocasiones utilizando el término alemán *Besucher* [*visitante*]. Estas realizaciones se clasifican dentro la cuarta categoría deíctica (*ellos identitario exclusivo*) de la Tabla 37. Dos de las tres apelaciones identificadas se encuentran en segmentos añadidos por el traductor. El tercer segmento sí consta en el texto origen, pero no consta la realización de la categoría *el futuro visitante*. Esta nueva realización precede a uno de los segmentos añadidos.

Otra pista que deja el autor del TO en la voz textual y que nos da información sobre el lector-visitante de la hoja plegable es que el autor del TO incluye, de forma intencionada, ciertas asociaciones y otras voces externas expertas en la materia, concretamente las de un poeta árabe, fray José de Sigüenza y Chambers. El autor se sirve de ellas para cimentar su sistema de valores y les da cabida en el discurso como casos de heteroglosia *expansiva>reconocimiento*. De este modo, da por sentado que el futuro lector conocerá a estas voces expertas y será, por tanto, un lector culto para la época.

En cuanto a la posición del lector en el TO, conviene indicar que, al tratarse de una hoja plegable de carácter turístico, consideramos que el autor del TO construye un lector *complaciente*, al que prevé totalmente de acuerdo con los valores y proposiciones del TO y del que se espera que los suscriba; creemos que esta interpretación tiene lógica, puesto que nadie se plantea visitar un lugar que, *a priori*, piense que no le va a agradar. Quizás el traductor apostó por favorecer, aún más, esa lectura complaciente o por generar una lectura complaciente mucho más clara, lo que explicaría los segmentos añadidos, el uso de un mayor número de heteroglosias y más realizaciones de los indicadores de posición deíctica en la traducción.

En nuestra opinión, estas decisiones que toma el traductor, observables en la voz autorial traducida, responderían a un intento por restar dificultad al texto, simplificándolo y facilitando la lectura para el lector alemán, lo que confirmaría la hipótesis de House (2011: 189, citado en Munday 2012: 64), quien sostiene que el alemán es una lengua que tiende a orientarse al contenido y se caracteriza por ser principalmente directa y explícita.

Por último, el traductor mantiene visible el sistema cultural original para el lector-visitante alemán. Es decir, el traductor, en su toma de decisiones, orienta las normas hacia la cultura origen (*principio de la adecuación* sugerido por Toury 1980, 1995/2012) y acerca el texto, la lengua y la cultura origen a los lectores (extranjerización), lo que consideramos implica cierto distanciamiento con el lector alemán. Esta elección refleja, tal vez, uno de los límites de la agentividad del traductor: la inseguridad del traductor a la hora de realizar una traducción más libre y adaptada a la cultura meta. Otra de las hipótesis que explicarían esta decisión del traductor sería que la agentividad del traductor se ve comprometida por la agentividad (máxima) del Patronato Nacional del Turismo, organismo de publicación de los textos, que quiere dejar clara su figura de autoridad.

### **5.3.5 Patrón valorativo en *Los jardines de España* y su traducción al alemán: un viaje “poético” por los jardines de España**

Como hemos revisado en el capítulo 3 de esta tesis doctoral, según Martin y White (2005), el *patrón valorativo* comprende ciertas tendencias en el uso de los recursos de la valoración (*actitud, compromiso y graduación*) que se observan en textos del mismo discurso. Estas tendencias crean un *estilo valorativo*. Munday (2012) emplea el término *voz textual* para hacer referencia a este fenómeno.

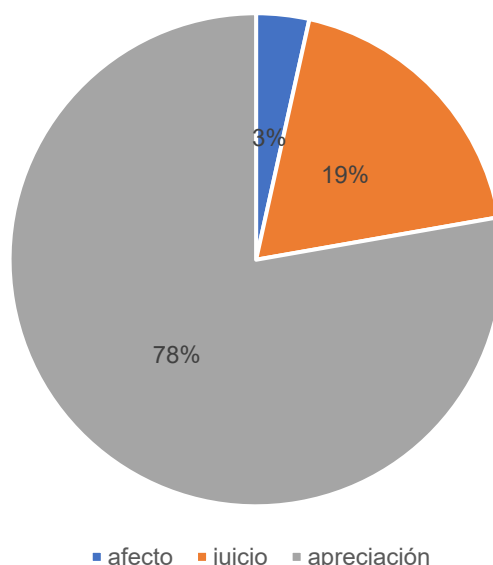
En el discurso de los inicios del turismo moderno en España operaba la voz del promotor turístico, que combina de una manera específica los recursos de los sistemas de la valoración (*actitud, compromiso y graduación*). De hecho, en esta época, a veces se trataba de textos más literarios que de promoción turística en el sentido en el que los entendemos en la actualidad, tal y como consta en la propia *Memoria* del PNT (1930: 62). Como es de esperar, este carácter literario, desarrollado por afamados escritores de la época, deja su poso en el patrón valorativo de la hoja plegable.

La voz del promotor turístico persigue resaltar la idiosincrasia cultural de España como un país diverso que reúne diferentes influencias a través de un viaje poético por sus jardines. Observamos que los fragmentos textuales dedicados a cada jardín tienen su propia axiología (sus propios valores), por lo que podrían tratarse como entes individuales y muy diferentes entre sí que forman parte de un todo.

Para expresar ese matiz “poético” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (85%) la mayor parte de la actitud;
- cuando lo hace de forma **indirecta** (15%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (87%) y en menor medida de signo **negativo** (13%);
- se expresa, principalmente, a través de la **apreciación** (78%), que ocurre con más frecuencia que el **juicio** (19%) y que el **afecto** (3%) (v. Figura 10);
- expresa la carga actitudinal de forma muy graduada, principalmente, a través de fuerza intensificada mediante **superlativos** y **repetición de elementos** (esta última supone el 32% del total de valoraciones);
- emplea **numerosas** expresiones indirectas de actitud, como **asociaciones** con ejemplos híbridos (apreciación y asociación o juicio y asociación), y **lenguaje figurado** (imágenes en referencia a los sentidos, símiles y personificaciones);
- se presenta principalmente de forma **monoglósica** y, puntualmente, utiliza **heteroglosias** mayormente **contractivas**;
- expande el discurso en momentos puntuales: tres casos de *reconocimiento* de otras voces en forma de citas textuales, que refuerzan su posición axiológica.

**Figura 10. El sistema de la actitud en la hoja plegable *Los jardines de España-TO***



En general, el traductor se permite ciertas libertades al incluir novedades en la traducción y toma decisiones que dejan su huella en la voz autorial traducida. Por un lado, obtenemos la impresión de que intenta imitar la configuración de la voz autorial original, porque los segmentos añadidos en la traducción siguen el patrón valorativo de la voz autorial original, que describimos arriba (apreciaciones directas, valoraciones indirectas de juicio, imágenes, intensificación por repetición, etc.). En algunas ocasiones, no queda claro si el traductor ha entendido bien ciertas expresiones indirectas de actitud en español, ya que las suaviza o cambia la perspectiva. En otras, el traductor se presenta como una voz experta en la materia que comprende perfectamente el sistema axiológico de la hoja plegable, sirva como ejemplo de ello la explicación de la asociación sobre la costumbre árabe (y atenuación de la intensidad). Asimismo, advertimos una tendencia de la voz autorial traducida a amortiguar la graduación eliminando el superlativo, pero aumenta la intensificación añadiendo repeticiones.

En cuanto al compromiso y la posición déctica, el traductor construye un discurso más heteroglósico que el autor del TO. El traductor añade seis realizaciones de la categoría *nosotros espacio-temporal inclusivo*. Se aprecia, en ello, un esfuerzo adicional por formar equipo con el lector-visitante alemán. Además, añade una categoría nueva (*ellos identitario exclusivo*): *el futuro visitante*, apelando a él directamente. Esta mayor inversión del traductor en el texto hace que la traducción sea mucho más apelativa y directa. Quizás esto respondería a la mayor orientación y guía que necesitaba el lector-visitante alemán.

Todos estos resultados son pruebas textuales que muestran la agentividad del traductor, que deja estas huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida (principalmente en los sistemas del compromiso, de la graduación y en la posición deíctica), lo que demuestra su implicación y cierto distanciamiento con respecto al original, pero que, a nuestro juicio, no repercute en la pérdida axiológica del TO.

#### **5.4 Sistema de valores e ideología en la hoja plegable *Los jardines de España***

El Patronato Nacional del Turismo decidió dedicar una hoja plegable a los jardines más relevantes en España, estructurarla alrededor de un eje tipológico de los jardines y se valió de elementos verbales y no verbales para valorar estos jardines, como hemos desarrollado en los apartados anteriores.

Los jardines en España han estado marcados por el clima, la orografía, los diferentes sellos estilísticos y las diferentes influencias que han recibido a lo largo de su historia. Así, nos encontramos con jardines romanos, islámicos, italianos, franceses, ingleses y vanguardistas. De este modo, los jardines de la hoja plegable permiten conocer las diferentes épocas y las particularidades de las regiones de España.

El PNT selecciona estos jardines con el objetivo de promocionar una imagen de España concreta: España es un país abierto a múltiples influencias en el que conviven diferentes tradiciones y culturas. Los cuatro jardines de tipo hispanoárabe de Granada, Sevilla y Mallorca hacen referencia al pasado árabe de la Península. Los tres jardines madrileños de El Escorial, Aranjuez y Moncloa evocan el pasado Habsburgo y Borbón de España. El jardín de la Granja aporta la influencia francesa, mientras que los dos jardines de la costa mediterránea (Valencia y Barcelona), la influencia neoclásica italiana y el modernismo. Por último, la influencia inglesa, con su estilo paisajista, queda representada por los jardines gallegos.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en la hoja plegable *Los jardines de España*. Como ya hemos mencionado en el anterior apartado, la voz del promotor turístico invita al lector-visitante a realizar un viaje lleno de poseía por los diferentes jardines de España y presenta a cada jardín como parte de un todo que posee su propia axiología.

En la Tabla 38 clasificamos los once jardines en cinco grupos coloreados de forma diferente, dependiendo de las valoraciones que el autor emplee para describirlos. Estas valoraciones (tercera columna) representan unos valores concretos (cuarta columna). A modo de ejemplo y para clarificar la tabla, en los textos sobre los jardines granadinos, los del Alcázar de Sevilla, los de Mallorca y el parque de María Luisa de Sevilla, sobresalen valoraciones directas e indirectas que representan valores como la belleza, la poesía, la seducción y la atracción de unos jardines que a veces están ocultos. Estas valoraciones, y los valores que enmascaran, nos hacen pensar que estos cuatro jardines podrían formar parte de un mismo grupo: los jardines de tipo hispanoárabe.

Estructuralmente, puede afirmarse que la mayor parte de las oraciones heteroglósicas, de las valoraciones indirectas y del lenguaje figurado se encuentran en los textos sobre jardines de tipo hispanoárabe y en los del Escorial, La Granja y Moncloa (Austria y Borbones). En referencia a los jardines del grupo 1 (hispanoárabe), el autor del TO no distribuye regularmente la prosodia negativa a lo largo del texto, sino que la aglutina en las secuencias textuales dedicadas a este tipo de jardines, donde parece que se implica más o hace más visible su intervención. En cuanto a los jardines de los grupos 2 y 3, para valorarlos de forma positiva e invertir más en la posición valorada, el autor se sirve de asociaciones y de las herramientas que le proporcionan los sistemas de la graduación (concretamente el foco agudizado) y de la heteroglosia. Sin duda, el autor invierte más en la promoción estos jardines.

En cuanto a la traducción de la hoja plegable, creemos que las variaciones que introduce el traductor (en la voz autorial traducida) no repercuten en la pérdida de intensidad axiológica, sino todo lo contrario, lo refuerzan (a diferencia de lo que sucede en los estudios de caso que presentamos más adelante).

**Tabla 38. El sistema de valores en *Los jardines de España-TO***

Jardines	Grupo	Valoraciones representativas	Valores
Los jardines granadinos	1. Jardines de tipo hispanoárabe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- un jardín prisionero</li> <li>- El más bello es el de Zoraya</li> <li>- un perfume penetrante</li> <li>- un océano de placer y de belleza</li> <li>- Mi jardín no tiene rival en el mundo: es semejante a la novia hermosa por todos deseada</li> </ul>	belleza, poesía, seducción, atracción de unos jardines que a veces están ocultos
Los jardines del Alcázar de Sevilla		<ul style="list-style-type: none"> <li>- las gracias del jardín hispano-árabe</li> <li>- atraen con el encanto inalterable de todo jardín de estilo oriental: naranjos, arrayanes, palmeras, albercas, azulejos, aguas que corren y saltan por canales y surtidores</li> </ul>	
Los jardines de Mallorca		<ul style="list-style-type: none"> <li>- jardines maravillosos</li> <li>- lugares de penetrante seducción poética</li> <li>- Por su traza de terrazas y la distribución del agua, los jardines de Raixa recuerdan los del Generalife</li> <li>- Lugar este muy grato: empapado de un ambiente delicioso de frescura y de sombra</li> </ul>	
El parque de María Luisa de Sevilla		<ul style="list-style-type: none"> <li>- El parque de María Luisa encierra unos jardines de los más bellos de España, bañados en la claridad del cielo de Andalucía</li> <li>- un jardín de estilo andaluz de lo más bello que puede imaginarse</li> <li>- un atractivo incomparable</li> </ul>	
El jardín de los frailes del Escorial	2. Jardines tipo Felipe II-Austria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En el Monasterio del Escorial la arquitectura dicta sus reglas a la jardinería. El espíritu austero de Felipe II, que da vida a todo el Monasterio, señala también su trazado a los jardines</li> <li>- la misma severa armonía de la gran maravilla de piedra que levantaron Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera</li> <li>- Doce fuentes de piedra, muy sencillas bañan estos jardines y a cada una acompañan cuatro cuadros de bojes centenarios del más fino dibujo</li> </ul>	austeridad, armonía, equilibrio
Los jardines de Aranjuez	2. Jardines reformados por Carlos IV-Borbón	<ul style="list-style-type: none"> <li>- remanso de sosiego incomparable,</li> <li>- Pero el verdadero creador de los jardines de Aranjuez fué Felipe II.,</li> <li>- que pertenece al estilo de los jardines renacentistas italianos y franceses anteriores a Le Nôtre,</li> <li>- El trazado de este jardín es sencillo y severo y varió poco desde los planos de Olveque, encargado de ello por Felipe II,</li> <li>- El Jardín del Príncipe, grande y frondoso, se debe a Carlos IV y denota la influencia italiana</li> </ul>	sencillez de Felipe II (Austria) renacimiento italiano/francés de Carlos IV

Jardines	Grupo	Valoraciones representativas	Valores
Los jardines de la Moncloa (Madrid)		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los jardines de la Moncloa de Madrid están llenos de poético encanto, Unos años de abandono no han podido quitarles la gracia de su primitiva belleza. Y hoy comienzan a resurgir al ser restaurados según normas de su viejo y típico trazado</li> <li>- Carlos IV reformó los jardines y entonces se plantaron numerosos arriates de boj</li> <li>- restaurado por Winthuysen con arreglo a su antiguo carácter. El jardín del Laberinto conserva una hermosa fuente pero la traza antigua de su plantación no existe</li> </ul>	primitivo, típico, antiguo, viejo (valioso)
Los jardines de la Granja	3. Jardines de tipo francés/Le Nôtre-Felipe V-Borbón	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Felipe V quiso crear un nuevo Versalles. Con el primer Borbón entró por los Pirineos una corriente de espíritu muy francés, el estilo de los jardines de Le Nôtre reflejado en la Granja, imitación de Versalles</li> <li>- Jardines muy franceses estos de la Granja, que descansan en la falda del paisaje españolísimo de la sierra. El estilo de Le Nôtre que dio a la jardinería el gusto por lo simétrico</li> <li>- las bellas proporciones de los arriates</li> </ul>	un nuevo Versalles Felipe V-Borbón, geometría
El jardín de Monforte (Valencia)	4. Jardines de estilo neoclásico/italiano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los jardines levantinos—tierra luminosa—son de los más bellos de España</li> <li>- un jardín moderno, plantado a principios del siglo XIX, de estilo neoclásico y que inspira su trazado en los jardines italianos y en las láminas de los tratados de arquitectura que al crearse este jardín gozaban de predicamento</li> <li>- la regularidad y el orden del trazado geométrico</li> </ul>	moderno-neoclásico italiano
Los jardines de Barcelona	(también jardines modernistas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jardines muy bellos. Los estilos más diferentes pueden contemplarse en estos jardines barceloneses: desde el más puro tipo de jardín neoclásico cual “El Laberinto” del marqués de Alfarrás hasta la extraña y atrayente modernidad del parque Güell trazado con atrevida y sugestiva originalidad por el gran arquitecto catalán Antonio Gaudí</li> <li>- Dos ejemplos admirables de jardín neoclásico</li> <li>- un modelo de pureza en el estilo por la armonía de su trazado y la graciosa regularidad de sus líneas,</li> <li>- Un auténtico laberinto de boj da nombre al jardín: sus macizos componen un dibujo complicado y el que penetra entre ellos encuentra difícilmente la salida</li> <li>- En Montjuich el jardinero francés Forestier ha hecho surgir estos jardines de gran extensión y de singular atractivo</li> </ul>	sugestión, extrañeza, atracción,
Los jardines de Galicia	5. Jardines de tipo paisajista/inglés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una sensación de suavidad, de melancolía, empapa estos jardines sumergidos en una luz cernida</li> <li>- la poética provincia de Pontevedra</li> <li>- El estilo paisajista, acogido con entusiasmo en Inglaterra, puede caracterizarse con estas palabras de Chambers, creador del jardín de Kew: “La Naturaleza es su modelo y su objeto es imitarla en sus bellas irregularidades”</li> <li>- tranquilos lagos</li> </ul>	diferentes de los demás jardines españoles, melancolía





## 6 ESTUDIOS DE CASO: LAS VERSIONES MONÁRQUICAS DE LAS HOJAS DE CIUDADES *EL ESCORIAL*, *PALMA DE MALLORCA* Y *CÁDIZ* Y SUS TRADUCCIONES AL ALEMÁN

Los siguientes estudios de casos se centran en los ejemplares *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* y sus traducciones al alemán, que pertenecen a la serie “hojas de ciudades” publicada por el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931). Posteriormente, en su fase republicana (1931-1936), el Patronato Nacional del Turismo reeditó toda la serie de la fase monárquica y sus traducciones.

En el presente capítulo, nos centramos en los estudios de caso de las hojas de ciudades publicadas por el Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica, que hemos denominado *versiones monárquicas*.

En el capítulo siguiente, el capítulo 7, presentamos los estudios de caso de las hojas de ciudades publicadas por el PNT en su fase republicana, que hemos llamado *versiones republicanas* o *reediciones republicanas*<sup>144</sup>.

Antes de comenzar, creemos conveniente recordar al lector la terminología que vamos a emplear para tratar las diferentes versiones de las tres hojas de ciudades<sup>145</sup>:

- para referirnos a las versiones monárquicas de las hojas de ciudades utilizamos el superíndice <sup>mon</sup>. Por ejemplo: *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *El Escorial-TM<sup>mon</sup>*;
- para referirnos a las versiones o reediciones republicanas de las hojas de ciudades utilizamos el superíndice <sup>rep</sup>. Por ejemplo: *El Escorial-TO<sup>rep</sup>* y *El Escorial-TM<sup>rep</sup>*.

---

<sup>144</sup> En la presente investigación, los adjetivos *monárquico/a* y *republicano/a* hacen referencia a las fases del Patronato Nacional del Turismo.

<sup>145</sup> Anexo IV del epígrafe 13.4 de esta tesis doctoral.

## **6.1 Contextualización de los estudios de caso: las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* y sus traducciones al alemán**

### **6.1.1 El Patronato Nacional del Turismo en su fase monárquica (1928-1931)**

Con el fin de evitar contenido duplicado, aconsejamos al lector acudir al apartado 2.1 de esta tesis doctoral para informarse sobre esta primera fase del Patronato Nacional del Turismo, que constituye su época de máximo esplendor.

### **6.1.2 La labor de redacción y traducción turísticas en el Patronato Nacional del Turismo durante su fase monárquica (1928-1931)**

Dentro del plan de publicaciones turísticas (1928-1929) (v. Tabla 2) diseñado por el Patronato Nacional del Turismo, en su fase monárquica, se encuentra también la serie “hojas de ciudades”. Por sus dimensiones y características, las hojas de ciudades eran “un compañero inmejorable para el turista, de paso rápido y mirada certera” (PNT 1930: 63). Este tipo de publicación turística atendía a las necesidades del momento y aspiraba a servir como “guía mínima elemental” de una población y como propaganda de España (PNT 1930: 56).

Tomando como ejemplo la forma de datación empleada en la serie “hojas plegables”, en el momento de redacción de la *Memoria* del PNT (1930) se encontraban ya publicadas treinta y tres hojas de ciudades. El resto de las hojas de ciudades se encontraban “en la imprenta, y para aparecer de un momento a otro” (PNT 1930: 64).

En resumen, la serie “hojas de ciudades” se componía de cuarenta y seis ejemplares diferentes: se publicaron treinta y tres en 1929 y trece en 1930 (v. Tabla 39). En tan solo un año y medio se publicaron la mayor parte de las hojas de ciudades. Además, aunque la serie se denominó “hojas de ciudades”, cuatro de ellas promocionaban lugares o monumentos históricos en vez de poblaciones: *El Escorial*, *El Pardo*, *la Granja* y *Numancia*. Al igual que sucedía con la serie anterior, estos datos se pueden comprobar en la hoja resumen de salida de los impresos de propaganda gratuita durante el año 1929 (v. Ilustración 5). En 1929, se enviaron 495.660 hojas de ciudades en español a las Oficinas de Información correspondientes.

**Tabla 39. Datación de la serie “hojas de ciudades” (1929-1930)**

Hojas de ciudades publicadas en 1929	Hojas de ciudades publicadas en 1930
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcalá de Henares</li> <li>• Aranjuez</li> <li>• Ávila</li> <li>• Barcelona</li> <li>• Burgos</li> <li>• Cáceres</li> <li>• Córdoba</li> <li>• Cuenca</li> <li>• El Escorial</li> <li>• El Pardo</li> <li>• Gerona</li> <li>• Granada</li> <li>• Guadalajara</li> <li>• Huesca</li> <li>• Jerez de la Frontera</li> <li>• La Coruña</li> <li>• La Granja</li> <li>• León</li> <li>• Madrid</li> <li>• Málaga</li> <li>• Numancia</li> <li>• Palma de Mallorca</li> <li>• Salamanca</li> <li>• San Sebastián</li> <li>• Santander</li> <li>• Santiago de Compostela</li> <li>• Segovia</li> <li>• Sevilla</li> <li>• Soria</li> <li>• Tarragona</li> <li>• Toledo</li> <li>• Úbeda</li> <li>• Valencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alicante</li> <li>• Baeza</li> <li>• Cádiz</li> <li>• Ciudad Real</li> <li>• Játiva</li> <li>• Lérida</li> <li>• Lugo</li> <li>• Murcia</li> <li>• Palencia</li> <li>• Pontevedra</li> <li>• Valladolid</li> <li>• Zamora</li> <li>• Zaragoza</li> </ul>

Al igual que sucedía con la serie “hojas plegables”, en el momento de publicación de la serie “hojas de ciudades”, el PNT contaba con el Negociado de Interpretación de Lenguas, responsable de la labor de traducción de la correspondencia extranjera y de las publicaciones turísticas. Para ello, este Negociado contaba con personal para hacer traducciones del español, francés, inglés, alemán y viceversa.

En conclusión, en la fecha de publicación de la serie “hojas de ciudades” el PNT contaba con un Negociado que disponía del personal necesario para hacer traducciones del español a diferentes idiomas y viceversa. De hecho, al igual que consta la traducción de la serie “hojas plegables” en la *Memoria* del PNT (1930), lo hace la de la serie “hojas de ciudades”, traducida a cuatro idiomas (español, francés, inglés y alemán). En 1930, las hojas de ciudades ya estaban siendo repartidas por todo el mundo (PNT 1930: 64).

### 6.1.3 Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* (1929-1930)

Como es lógico, las labores de redacción y traducción turísticas dentro del Patronato Nacional del Turismo en esta fase y los diferentes participantes que influyeron en estos procesos, son muy similares a los resultados obtenidos en el epígrafe 5.1.3 sobre la red de producción de la serie “hojas plegables” en español y su traducción al alemán (1929-1930).

En la siguiente figura reconstruimos gráficamente la red de producción de la serie “hojas de ciudades” en español y su traducción al alemán (1929-1930), que es casi idéntica a la de la serie “hojas plegables”.

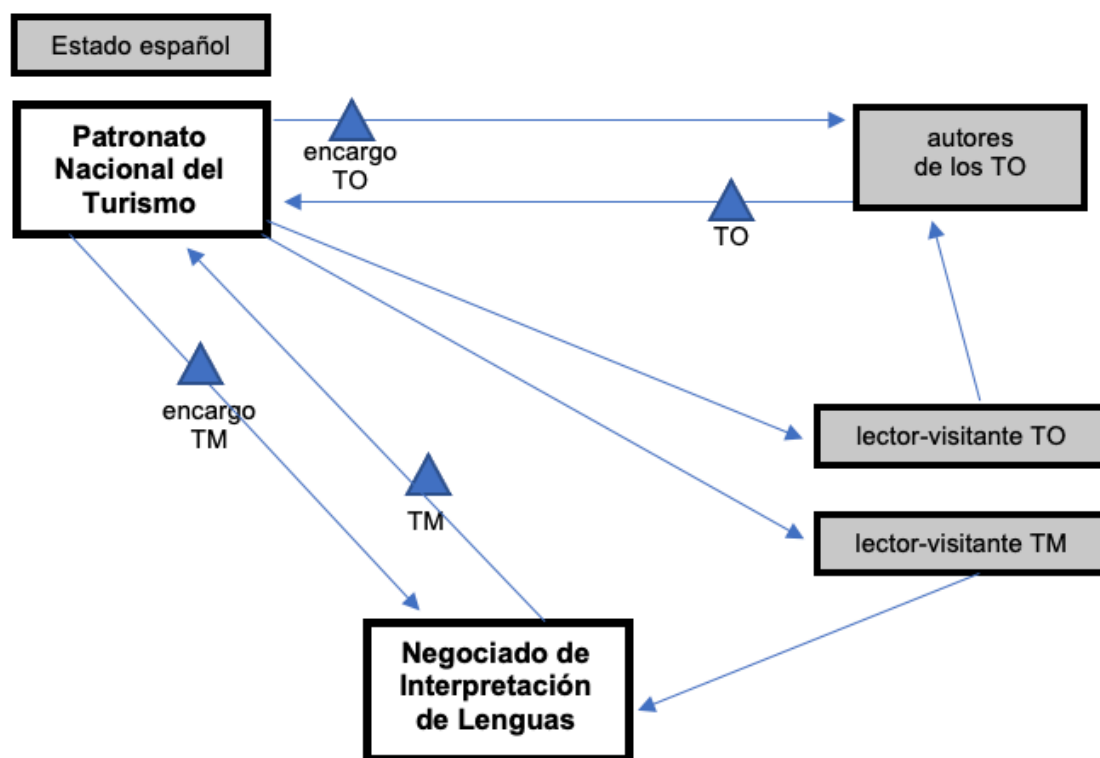


Figura 11. Mapa de la red de producción de la serie “hojas de ciudades” en español y su traducción al alemán (1929-1930)<sup>146</sup>

<sup>146</sup> Elaboración propia a partir de Tahir-Gürçağlar (2007), Jones (2009) y Abdallah (2011).

A continuación, presentamos (también ordenados de mayor a menor agentividad y poder de influencia en la red) a los participantes observados en la red de producción de la serie “hojas de ciudades” en español y su traducción al alemán. Nos centraremos en las principales diferencias con respecto a la red de producción de la serie “hojas plegables”.

El organismo de publicación y promotor de la serie, es decir, el Patronato Nacional del Turismo, es el agente más poderoso en esta red y el punto central de la misma.

Otros agentes importantes en esta red fueron los autores de los textos originales, que se integran en la red al aceptar su papel como escritores para el PNT. Los autores de las hojas de ciudades también actuaban en calidad de expertos de los lugares sobre los que escribían (Calvi 2016: 19). Sin embargo, por nuestras investigaciones, creemos que los autores de los textos originales de esta serie no disponían de tanto poder de influencia en la red como los escritores de la serie “hojas plegables”, que eran escritores de renombre con una carrera literaria significativa a sus espaldas. Tal vez, esto se debe a que el PNT quiso dar un uso práctico a las hojas de ciudades y no contó con ello por escritores “con un estilo poético tan definido”.

En cuanto a los agentes traductores, como sabemos, el Negociado de Interpretación de Lenguas de las Oficinas Centrales del PNT, que era el Negociado responsable de la traducción, disponía del personal necesario para llevar a cabo esta labor. Al formar parte de una institución estatal (PNT), sus trabajadores actuarían como representantes del Estado español, por lo que creemos que su agentividad estaba supeditada a la de la institución turística que representaban: el PNT.

Otros de los agentes integrantes de esta red eran los *lectores-visitantes*, españoles y alemanes. Dedicamos un apartado en cada análisis microtextual a estudiar en detalle cómo se presenta al lector-visitante en las diferentes hojas de ciudades y qué indicios nos aportan información sobre él.

Los elementos no humanos continúan siendo los mismos que en la red de producción de la serie “hojas plegables”.

Siguiendo el razonamiento expuesto en el epígrafe 5.1.3, deducimos que la comunicación entre el PNT y los diferentes agentes de esta red (sobre todo, autores de los TO y traductores) también fue fluida. Los agentes implicados *colaboraron* entre ellos y facilitaron el trabajo. Asimismo, parece poco probable que existieran *fases de*

*suspensión* (Jansen 2017: 140-156) en ambos procesos (redacción y traducción), debido a la rapidez con la que el PNT publicó la serie. En este caso, la agentividad de los participantes menos poderosos (autores TO y traductores) también se ve comprometida por la de los más poderosos (PNT). En el caso de la edición de la serie “hojas de ciudades”, el PNT también realizó un seguimiento de todo el proceso y reflejó todos sus pasos por escrito, que quedaron archivados de forma administrativa.

En definitiva, aunque somos conscientes de que existieron ciertas desigualdades de poder entre los integrantes de la red, creemos que el contexto de la redacción y traducción de la serie “hojas de ciudades” apunta más hacia un paradigma de colaboración entre los participantes (ANT de Latour), que hacia uno de competición (teoría social de Bourdieu), al igual que sucedía en la red de producción de la serie “hojas plegables”.

## **6.2 Análisis macrotextual de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* y sus traducciones al alemán**

Siguiendo las pautas indicadas en el epígrafe 5.2, en este apartado caracterizamos macrotextualmente el género *hoja de ciudad*. Para ello estudiamos y describimos la *estructura prototípica* (Calvi 2011) del género, con especial atención a su formato y la distribución espacial de los contenidos y de los diferentes elementos gráficos, tomando como ejemplos las hojas de ciudades que forman parte de nuestro catálogo (v. Anexo III del epígrafe 13.3 de esta tesis doctoral), y, más específicamente, las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* de nuestro corpus (v. Anexo IV del epígrafe 13.4).

Todas las hojas de ciudades están diseñadas siguiendo la misma estructura: constan de ocho páginas, siete ilustraciones, un plano de la población y un texto con una breve reseña histórica y geográfica de la ciudad, datos sobre su contenido monumental y pintoresco, etc. (PNT 1930: 63).

En la portada se incluye el nombre del PNT, el título de la hoja de ciudad, una ilustración general del lugar turístico en cuestión con el nombre de su fotógrafo y el texto (v. Ilustración 31, Ilustración 32 e Ilustración 33).

Capítulo 6. Estudios de caso: las versiones monárquicas de las hojas de ciudades  
*El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz*



Ilustración 31. Portada de la hoja de ciudad *El Escorial-TOmon*



Ilustración 32. Portada de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TOmon*



Ilustración 33. Portada de la hoja de ciudad *Cádiz-TOmon*

El interior de las hojas de ciudades se compone de texto y siete ilustraciones, que son fácilmente identificables gracias a que incluyen un pie de foto con el nombre del lugar en cuestión y el del fotógrafo que las realizó. En la penúltima página (pág. 7) se ofrece un listado de los hoteles recomendados con sus respectivos precios (v. Ilustración 34, Ilustración 35 e Ilustración 36).

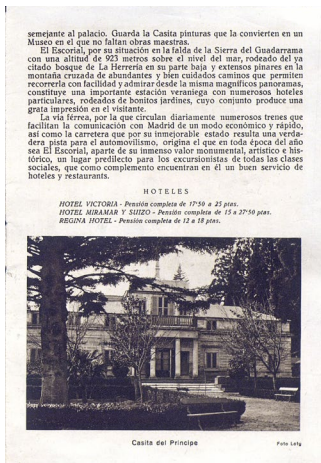


Ilustración 34. Página siete de *El Escorial-TOmon* con el listado de los hoteles recomendados

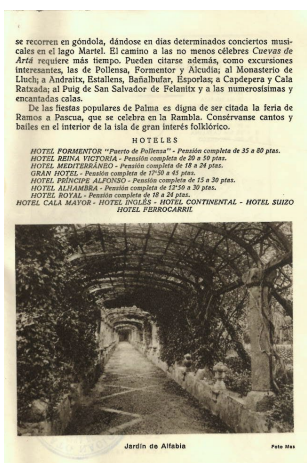


Ilustración 35. Página siete de *Mallorca-TOmon* con el listado de los hoteles recomendados



Ilustración 36. Página siete de *Cádiz-TOmon* con el listado de los hoteles recomendados



Por último, en la última página (pág. 8) se aporta un plano del lugar turístico promocionado, las distancias más relevantes entre este y otros puntos geográficos importantes de España y las direcciones de las Oficinas de Información a las que el visitante puede acudir en caso de necesitar información (v. Ilustración 37, Ilustración 38 e Ilustración 39).



**Ilustración 37. Última página de *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* con el plano de El Escorial**



**Ilustración 38. Última página de *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* con plano de la ciudad**



**Ilustración 39. Última página de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* con el plano de la ciudad**

Como podemos observar, el género *hoja de ciudad* incluye publicaciones en formato de libro, todas ellas diseñadas siguiendo la misma estructura.

El PNT (1930: 56) afirmaba en su *Memoria* que las hojas de ciudades aspiraban a servir como “guía mínima elemental” de una población. Es decir, el propio PNT las consideraba “guías”, a pesar de su poca extensión.

Además, siguiendo a Calvi (2011: 37), en las guías sobresale la función informativa y prescriptiva, realizada normalmente de forma atenuada a través de sugerencias y recomendaciones. Al igual que mencionamos en el apartado sobre el género *hoja plegable*, estudiaremos esta cuestión junto con el grado de prescripción (si son recomendaciones o más bien instrucciones), el de objetividad textual y el de implicación del lector a nivel lingüístico en los apartados dedicados al análisis microtextual de los ejemplares del corpus.

Este género textual, al igual que el género *hoja plegable*, comparte las características de las primeras guías de viaje (Calvi 2016: 17), ya que toma elementos de otros géneros textuales existentes:

- saber enciclopédico de diferentes áreas de conocimiento: breve reseña histórica y geográfica de la ciudad, datos sobre su contenido monumental y pintoresco, etc.;
- información práctica de naturaleza procedimental que tiene el fin de facilitar los desplazamientos y las estancias del turista: un listado de los hoteles recomendados con sus respectivos precios, las distancias más relevantes entre la población promocionada y otros puntos geográficos importantes de España y las direcciones de las Oficinas de Información del PNT;
- materiales complementarios que cumplen también funciones de apoyo: siete ilustraciones y un plano de la población.

Si clasificamos este género según las propuestas de Suau Jiménez (2012: 125) y Dann (1996: 135-170), se trata de un género de comunicación turística entre profesionales y usuarios que se realiza de forma indirecta mediante interacciones escritas y se incluye dentro de la etapa *durante el viaje*, por tanto, sería *on-trip* (característica de las guías de viaje desde la perspectiva actual). En palabras del PNT:

Estas hojas, por lo perfecto de las reproducciones en huecograbado, lo cuidado del texto y lo manuable y cómodo de sus dimensiones, son un compañero inmejorable para el turista, de paso rápido y mirada certera. (Patronato Nacional del Turismo 1930: 63)

Por tanto, el formato de las hojas, sus dimensiones y características, hacían de estas publicaciones el mejor acompañante del visitante en su viaje. Es decir, fueron principalmente concebidas para que el visitante las consultara durante su viaje. Además, los numerosos datos prácticos sobre las poblaciones (hoteles, distancias, direcciones oficinas PNT) que contienen las hojas apoyan esta afirmación. Al igual que sucedía con el género *hoja plegable* y siguiendo la propuesta de clasificación de Dann (1996: 135-170), creemos que el turista podría informarse sobre lo que iba a visitar antes de efectuar el viaje y, por tanto, consideramos acertado incluir las hojas de ciudades también en la etapa *pre-trip*, aunque esto es más propio de otros géneros más promocionales.

Siguiendo la clasificación de los géneros discursivos en la lengua del turismo que propone Calvi (2010), el género *hoja de ciudad*, al igual que el de *hoja plegable*, se genera dentro de la práctica social *descripción y promoción del destino turístico*. En un

primer nivel, pertenece a la *familia de géneros institucionales originados en los organismos oficiales (gobiernos nacionales) con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de un destino turístico*.

Siguiendo a Calvi (2010: 23-24) y desde la perspectiva actual, el género *hoja de ciudad* compartiría a nivel estructural características del *macrogénero guía de viaje*, en tanto que se trata de una publicación editorial en forma de libro que contiene partes descriptivas con otras secciones prácticas (hoteles recomendados, distancias y direcciones de las Oficinas de Información del PNT) y elementos gráficos, como las siete ilustraciones y el plano del lugar turístico en cuestión. El propio plan publicaciones turísticas del PNT (1928-1929) considera las hojas de ciudades publicaciones de distribución gratuita<sup>147</sup>.

Si tenemos en cuenta los elementos imprescindibles de la guía de turismo que sugiere Calvi (2011: 33), el género *hoja de ciudad* cumple con casi todos ellos: posee una serie de *secciones temáticas* de tipo descriptivo que proporcionan información y cumplen la función de evaluar la importancia y el interés de los atractivos que ofrece cada lugar, un grupo de *secciones prácticas* y *elementos icónicos* (Calvi 2011: 33). El género *hoja de ciudad* prescinde de la *presentación* como tal, aunque sí hace referencia de forma indirecta al tipo de turista al que se dirige la hoja de ciudad. Trataremos este aspecto en los apartados de los análisis microtextuales dedicados al tipo de lector que se construye en las hojas de ciudades.

Tal y como hemos revisado anteriormente, las primeras guías de viaje respondían a los intereses intelectuales del público más culto, que demandaba conocimientos en diferentes facetas, al que asesoraban y guiaban (Calvi 2010: 18) y el enunciador de las guías adoptaba “la identidad de experto de los lugares” (Calvi 2016: 19). En los análisis microtextuales de las tres hojas de ciudades comprobaremos si estas dos hipótesis se cumplen en el género *hoja de ciudad*.

Gracias a nuestras investigaciones y al material contextual ubicado en los diferentes archivos consultados, podemos describir cuáles son las diferencias estructurales entre las hojas de ciudades en español y sus respectivas traducciones al alemán.

---

<sup>147</sup> Grupo 1 del plan publicaciones turísticas del Patronato Nacional del Turismo (1928-1929) (v. Tabla 2).

La diferencia estructural más llamativa entre los originales y las traducciones se contempla en la pág. 7. En las traducciones se incluyen las direcciones de las Agencias del PNT en el extranjero (v. Tabla 40, Tabla 41 y Tabla 42), donde los futuros visitantes extranjeros podían obtener información turística de España y del lugar promocionado en la hoja de ciudad en sus respectivos países de origen.

**Tabla 40. Las direcciones en la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *TM<sup>mon</sup>***

Direcciones TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
MEDINACELI, 2 - MADRID ESCORIAL - Monasterio	BIARRITZ. – Chiberta. Pl. Belle Vue BUENOS AIRES. – 25 de mayo, 158 GIBRALTAR. – 63/67, Main Street MADRID. – Alcalá, 65 NEW-YORK. – 695, Fifth Avenue MÜNCHEN – Residenzstrasse, 6 PARÍS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, [ILEGIBLE] ESCORIAL – Monasterio

**Tabla 41. Las direcciones en la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *TM<sup>mon</sup>***

Dirección TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
ALCALÁ, 65 - MADRID	BIARRITZ. – Chiberta. Pl. Belle Vue BUENOS AIRES. – 25 de mayo, 158 GIBRALTAR. – 63/67, Main Street MADRID. – Alcalá, 65 NEW-YORK. – 695, Fifth Avenue MÜNCHEN – Residenzstrasse, 6 PARÍS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, 9 PALMA DE MALLORCA – Paseo del Borne, 38 y 40

**Tabla 42. Las direcciones en la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* y *TM<sup>mon</sup>***

Direcciones TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
MEDINACELI, 2 - MADRID CÁDIZ - Muelle	NEW YORK. – 695, Fifth Avenue GIBRALTAR. – 63/67, Main Street PARIS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, 9 MÜNCHEN. – Residenzstrasse, 6 BUENOS AIRES. – 25 de Mayo, 158 MADRID. – Alcalá, 65

Al igual que sucede con el género *hoja plegable*, el presente estudio descriptivo del género *hoja de ciudad* y su traducción nos ofrece pruebas consistentes para afirmar que los traductores poseían, a nivel macrotextual, la *competencia de género* (Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez 2004: 2). Los traductores han sido capaces de identificar las convenciones propias del género al que pertenece el TO y han sabido utilizar las convenciones propias del género en la lengua y cultura de llegada (Hurtado Albir 2001: 492). A continuación, comprobamos este aspecto a nivel microtextual.

### 6.3 Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad *El Escorial* y su traducción al alemán

En los siguientes apartados, presentamos los resultados obtenidos del análisis microtextual la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*<sup>148</sup> y de su traducción al alemán<sup>149</sup>.

Antes de comenzar, creemos conveniente recordar al lector la forma que empleamos para referirnos a los autores de los TO, los traductores y las voces:

- las decisiones que toma el autor<sup>mon</sup> son observables en la voz autorial<sup>mon</sup> (original);
- las decisiones que toma el traductor<sup>mon</sup> son observables en la voz autorial<sup>mon</sup> traducida;
- las decisiones que toma el autor<sup>rep</sup> son observables en la voz autorial<sup>rep</sup> (original);
- las decisiones que toma el traductor<sup>rep</sup> son observables en la voz autorial<sup>rep</sup> traducida.

Además, siempre que no se indique lo contrario, los términos *autor del TO* y *traductor* harán referencia a las versiones monárquicas.

Por último, nos gustaría recordar que cuando utilizamos los términos *autor* y *traductor*, estamos considerando también a los demás agentes que influyen en las decisiones del *autor* y del *traductor*, como personas físicas, y que, por tanto, también están implicados en el proceso de redacción y traducción.

#### 6.3.1 Expresión de la valoración en la hoja de ciudad *El Escorial* y su traducción al alemán

##### 6.3.1.1 Expresión directa e indirecta del juicio

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por utilizar expresiones directas de juicio que pertenecen a las subcategorías de la estima social y de la sanción social, como recogemos en la Tabla 43. La mayor parte de ellas aluden a los monarcas españoles y

---

<sup>148</sup> La versión monárquica de la hoja de ciudad *El Escorial* y su traducción al alemán se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.221.

<sup>149</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

a los arquitectos y artistas contratados por estos monarcas. Además, se emplean valoraciones en forma de juicios referentes a las tropas españolas, los trabajadores de hoteles y restaurantes y los excursionistas que visiten El Escorial.

A través de la descripción de El Escorial se juzgan las acciones de los monarcas, que se presentan al lector como decisiones acertadas o fallidas, o, quizás, no tan acertadas como las primeras. De hecho, el autor del TO ensalza constantemente directa e indirectamente al creador de El Escorial, Felipe II, al que se refiere como *un gran rey* (+capacidad) que estaba **siempre atento al cuidado de los negocios** (+tenacidad graduada). En los dobletes que se estudian más delante (v. Tabla 46) aparecen valoraciones del mismo tipo: *buen administrador de sus reinos* (+capacidad), *(hombre) sincero* (+veracidad) y *hombre riguroso* (+integridad moral). Por el contrario, una de las expresiones de juicio de signo negativo más llamativa es la que hace referencia a Carlos IV: *de Carlos IV y su borrascoso reinado* (realización 17 de la Tabla 46). Todos estos datos prueban que el autor del TO alaba a un monarca y desestima al otro.

Los juicios *vencedor de Lepanto, Don Juan de Austria* (+tenacidad) y *hechos de armas victoriosos para los españoles* (+tenacidad) señalan la fortaleza de las tropas españolas, *nuestras tropas*, que vencieron a sus contrincantes en batallas históricas, como las de las asociaciones de Lepanto y San Quintín, que se analizan más adelante (v. Asociaciones).

Además, tres expresiones directas de juicio (realizaciones 3, 5 y 6 de la Tabla 43) son también expresiones directas de apreciación (realizaciones 14 y 30 de la Tabla 45 y realización 4 de la Tabla 46), categoría híbrida que ya hemos mencionado en el análisis de la hoja plegable *Los jardines de España-TO*. Mediante estas expresiones de actitud se valora tanto la obra como la pericia de su creador, al que se cita explícitamente.

**Tabla 43. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>***

estima social	
+ normalidad	
1.	(un lugar predilecto) para los excursionistas de todas las clases sociales (7)
+ capacidad	
2.	<b>los más</b> hábiles artífices [Juan Bautista de Toledo y Juan de Herrera] (2)
3.	los monumentos de Carlos I y Felipe II representados con sus familias en estatuas orantes de dorado bronce, de un impresionante y soberbio efecto, obra de Leoni (3)
4.	[las demás bóvedas] fueron pintadas en tiempo de Carlos II, por Lucas Jordán, el famoso Fa presto (3)
5.	una <b>gran</b> bóveda plana de <b>mucho</b> interés técnico tiene una sillería de severo estilo, dibujada por Herrera (3)

6. un famoso crucifijo de Benvenuto Cellini (3)
7. Son de notar las pinturas de los claustros, de los mismos artistas españoles e italianos que pintaron los retablos de la iglesia (4)
8. (El número y la calidad de sus pinturas bastaría para formar una colección de primer orden.) Citemos entre ellos el “Descendimiento”, obra de Van der Weyden, varias obras del Bosco; el “Jacob y sus hijos”, de Velázquez; el “Martirio de San Mauricio” y “El sueño de Felipe II”, por el Greco; “Lavatorio” de Tintoretto; “La Cena”, de Tiziano, con otras obras de Veronés, de Ribera, de Bassano, de Navarrete, de Alonso Cano, de Guercino, de Jordán (4)
9. su mayor interés está, sin embargo, en la gran pintura de Claudio Coello, representando a Carlos II, con su corte (4)
10. (obras de arte y muebles de tiempo del) gran rey [el rey Felipe II] (5)
11. la hija del Rey, la preferida Isabel Clara Eugenia (5)
12. un buen servicio de hoteles y restaurants [los trabajadores] (7)
<b>- capacidad</b>
13. pintores de segunda fila del siglo XVI (6)
<b>+ tenacidad</b>
14. vencedor de Lepanto, Don Juan de Austria (3)
15. <b>siempre</b> atento al cuidado de los negocios [el rey Felipe II] (5)
16. hechos de armas victoriosos para los españoles [las tropas españolas] (6)
<b>sanción social</b>
<b>- veracidad</b>
17. de Carlos IV y su borrascoso reinado (6)

En *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* no sólo se valora de forma directa el buen hacer de los gobernantes, sino también de forma indirecta, como mostramos en la Tabla 44. De hecho, cuando se valora de forma positiva a artistas y arquitectos contratados por los gobernantes, se está valorando de forma indirecta también su habilidad. Esto es lo que sucede en la realización 1, donde Felipe II es el responsable de contratar a *los más hábiles artífices* (juicio graduado) para construir El Escorial. En otras ocasiones, no se nombra directamente al gobernante y se utilizan expresiones como *bajo o en tiempo de* (realizaciones 5 y 6).

Además, mediante expresiones directas de apreciación se valora de forma indirecta el carácter modesto, sencillo y humilde de Felipe II. Se trata de expresiones de actitud que combinan la subcategoría de la apreciación directa>+composición (realizaciones 17, 18 y 19 de la Tabla 45) y la subcategoría del juicio indirecto>+propiedad (realizaciones 12, 13 y 14 de la Tabla 44). Este fenómeno se repite con las realizaciones 8, 9, y 10 de la Tabla 44, en las que las apreciaciones (+valor social/+composición, realizaciones 8 y 9 de la Tabla 46 y la 24/25 de la Tabla 45) también hacen referencia de forma indirecta al buen hacer de los gobernantes (juicio indirecto>+capacidad).

En uno de los casos (realización 11 la Tabla 44) se valora de forma negativa la capacidad de los gobernantes a los que se responsabiliza de forma indirecta del hecho valorado.

**Tabla 44. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>***

<b>estima social</b>
<b>+ capacidad</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llamó Felipe II a <b>los más</b> hábiles artífices para la construcción de su fundación predilecta (2)</li> <li>2. el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amante del arte, quiso hacer del Escorial, un compendio del renacimiento. (2)</li> <li>3. Y no solo de arte: Felipe II quiso hacer de su fundación un centro de estudios bíblicos y clásicos, mandando para ello acopiar libros y manuscritos en gran número (2)</li> <li>4. Después de Felipe II, el Monasterio, vivienda de la Corte en una parte del año, continuó enriqueciendo sus colecciones bajo los monarcas españoles (2)</li> <li>5. Las demás bóvedas, tan poco en consonancia por su barroquismo, con el estilo de la iglesia, fueron pintadas en tiempo de Carlos II, por Lucas Jordán, el famoso Fa presto (3)</li> <li>6. Numerosas adquisiciones enriquecieron sus fondos bajo Felipe II (5)</li> <li>7. (Guarda la Casita pinturas que la convierten en un Museo) en el que no faltan obras maestras [artistas importantes] (7)</li> <li>8. la montaña cruzada de <b>abundantes</b> y bien cuidados caminos que permiten recorrerla con facilidad [el Estado/los gobernantes] (7)</li> <li>9. La vía férrea, por la que circulan diariamente <b>numerosos</b> trenes que facilitan la comunicación con Madrid de un modo económico y rápido [el Estado/los gobernantes] (7)</li> <li>10. (la carretera que por) su inmejorable estado resulta una <b>verdadera</b> pista para el automovilismo [el Estado/los gobernantes] (7)</li> </ol>
<b>- capacidad</b>
11. <b>algunas</b> pérdidas lamentables [el Estado/los gobernantes] (5)
<b>sanción social</b>
<b>+ propiedad</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>12. En <b>tan</b> modestas estancias vive su recuerdo [Felipe II] (5)</li> <li>13. su contiguo cuarto de trabajo, sencillo como una celda [Felipe II] (5)</li> <li>14. estas humildes habitaciones [Felipe II] (5)</li> </ol>

### 6.3.1.2 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* pertenece a la categoría de la apreciación (45 casos): +reacción (5 casos), +composición (20 casos) y +valor social (19 casos) (v. Tabla 45).

Solo se ha identificado un caso de apreciación de signo negativo que pertenece a la subcategoría -composición. El total de casos pertenecientes a la subcategoría composición (+/-) es de 21.

Las expresiones de apreciación hacen referencia, principalmente, a la belleza arquitectónica de El Escorial y a su valor social e histórico para España.



A la única apreciación de signo negativo le sigue un doblete de signo positivo, el ejemplo es el siguiente: *[d]esde allí su pretendida pesadez se resuelve en lógica y claridad* (realización 26) (-composición/+composición), lo que resta negatividad a la valoración previa. De hecho, el adjetivo *pretendida* de este sintagma podría analizarse también desde el sistema del compromiso como un caso de heteroglosia>contractiva>rechazo, en el que la voz autorial rechaza las eventuales voces que se opongan a su valoración: El Escorial como una obra en la que predomina la lógica y la claridad.

**Tabla 45. Las realizaciones de expresión directa de la apreciación en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>***

+ reacción	
1.	(el Monasterio de San Lorenzo del Escorial), uno de <b>los</b> lugares que atrae con <b>más</b> fuerza de realidades artísticas y de sugerencias históricas en tierra española (1)
2.	patios, algunos de ellos de la extraordinaria belleza arquitectónica del llamado de los Evangelistas (3)
3.	magníficos panoramas (7)
4.	bonitos jardines (7)
5.	una grata impresión (en el visitante) (7)
+ composición	
6.	una <b>pequeña</b> villa de la sierra carpetana (1)
7.	una depuración severa de los elementos clásicos (2)
8.	un compendio del renacimiento (2)
9.	un formidable cuadrilátero (3)
10.	las masas <b>grandiosas</b> del severo arte herreriano (3)
11.	las <b>colosales</b> estatuas de los Reyes de Judá (3)
12.	(trazado con la proporción que hace que) <b>todo</b> resulte armónico (3)
13.	las dimensiones <b>colosales</b> de la nave (3)
14.	una <b>gran</b> bóveda plana de <b>mucho</b> interés técnico tiene una sillería de severo estilo, dibujada por Herrera (3)
15.	una sillería de severo estilo (3)
16.	un vasto salón (5)
17.	En <b>tan</b> modestas estancias vive su recuerdo [Felipe II] (5)
18.	su contiguo cuarto de trabajo, sencillo como una celda [Felipe II] (5)
19.	estas humildes habitaciones [Felipe II] (5)
20.	Sus techos pintados, sus muebles estilo Imperio, sus arañas, sus relojes, todo compone un ejemplo completo de fines de XVIII (6)
21.	el <b>grandioso</b> monumento (6)
22.	la <b>enorme</b> fachada (6)
23.	(el paseo por) los solitarios caminos (6)
24.	la carretera que por su inmejorable estado (resulta una <b>verdadera</b> pista para el automovilismo) [el Estado/los gobernantes] (7)
25.	la carretera (que por su inmejorable estado) resulta una <b>verdadera</b> pista para el automovilismo [el Estado/los gobernantes] (7)
- composición	
26.	su pretendida pesadez (6)

+ valor social
27. Un personalísimo designio de Felipe II (1) 28. su fundación predilecta (2) 29. su sello personal (2) 30. un famoso crucifijo de Benvenuto Cellini (3) 31. El Panteón de Infantes obra del siglo XIX, verdadera sinfonía de mármoles de Florencia y Carrara (3) 32. el <b>verdadero</b> museo del Escorial está en las salas capitulares del Monasterio y en la sacristía de su iglesia (4) 33. El número y la calidad de sus pinturas bastaría para formar una colección de primer orden (4) 34. su <b>mayor</b> interés (4) 35. <b>Numerosas</b> adquisiciones enriquecieron sus fondos (bajo Felipe II) (5) 36. formidable riqueza (5) 37. libros rarísimos en su mayoría (5) 38. este <b>rápido</b> repaso de las riquezas del Escorial (6) 39. una nota especial en este rincón escurialense (6) 40. este paisaje único (6) 41. Guarda la Casita pinturas que la convierten en un Museo (en el que no faltan obras maestras) (7) 42. una importante estación veraniega (7) 43. con <b>numerosos</b> hoteles particulares (7) 44. su <b>inmenso</b> valor monumental, artístico e histórico (7) 45. un lugar predilecto (7)

### 6.3.1.3 Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada por repetición de elementos

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por presentar las actitudes de forma graduada, principalmente, mediante fuerza intensificada por repetición de elementos, aunque existen algunos ejemplos foco agudizado, fuerza cuantificada y fuerza intensificada a través de superlativos.

La voz autorial<sup>mon</sup> contiene un total de diez sintagmas intensificados por repetición de elementos: seis sintagmas con valoraciones de tipo homogéneo y cuatro, de tipo mixto, que mostramos en la Tabla 46.

Excepto uno de los casos, todos los dobles contienen la conjunción coordinante copulativa “y”. Según su categoría actitudinal, la mayor parte de los significados intensificados mediante esta técnica de repetición pertenecen a la categoría de la apreciación. Dos expresiones de esta característica son las realizaciones 6 y 10, que valoran de forma positiva a Felipe II y su hija, y las realizaciones 8 y 9 que, además, contienen expresiones indirectas del juicio sobre la buena labor del Estado español (de los gobernantes), que cuida sus vías de comunicación y proporciona servicios de transporte frecuentes y asequibles económicamente que conectan El Escorial con Madrid.

La única realización de afecto que incluye la voz autorial<sup>mon</sup> forma parte del doblete (realización 2/10) *el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amador del arte*. De hecho, en esta oración se insertan dos dobletes seguidos: uno con la conjunción coordinante disyuntiva “pero” (realización 10) y el segundo con la conjunción coordinante copulativa “y” (realización 2).

**Tabla 46. La expresión de graduación en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*: fuerza intensificada por repetición de elementos**

	Elemento 1	Elemento 2	Tipo de valoración
<b>Dobletes con la conjunción copulativa “y”</b>			
1. (el Monasterio de San Lorenzo del Escorial, uno de <b>los</b> lugares que atrae con <b>más</b> fuerza de) realidades artísticas y de sugerencias históricas en tierra española (1)	+com (apreciación)	+reac (apreciación)	mixta
2. el rey Felipe II, (hombre riguroso pero sincero,) buen administrador de sus reinos y fino amador del arte (2)	+cap (juicio)	+sat (afecto)	mixta
3. El interior de la iglesia, severo y enorme (3)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
4. los monumentos de Carlos I y Felipe II representados con sus familias en estatuas orantes de dorado bronce, de un impresionante y soberbio efecto, obra de Leoni (3)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	homogénea
5. las lejanas y misteriosas Indias (5)	+val (apreciación)	+val (apreciación)	homogénea
6. la hija del Rey, la preferida Isabel Clara Eugenia, inteligente y enérgica infanta, la después regente de los Países Bajos (5)	+cap (juicio)	+ten (juicio)	mixta
7. (se resuelve en) lógica y claridad (6)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
8. la montaña cruzada de <b>abundantes</b> y bien cuidados caminos que permiten recorrerla con facilidad [el Estado/los gobernantes] (7)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
9. (La vía férrea, por la que circulan diariamente <b>numerosos</b> trenes que facilitan la comunicación con Madrid de un modo económico y rápido [el Estado/los gobernantes] (7)	+val (apreciación)	+val (apreciación)	homogénea
<b>Doblete con la conjunción disyuntiva “pero”</b>			
10. el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, (buen administrador de sus reinos y fino amador del arte) (2)	+integ (juicio)	+ver (juicio)	mixta

#### 6.3.1.4 Asociaciones

La hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* contiene diferentes asociaciones. Estas se concretan en referencias a la grandeza de la historia de España, al orgullo de ser español y a estilos arquitectónicos y artísticos. Tal y como indicamos en otros análisis microtextuales, es preciso entender correctamente las asociaciones para comprender el

sistema de valores y, en definitiva, la ideología que subyace al texto de la hoja de ciudad. A continuación, se citan las asociaciones identificadas:

- la voz autorial<sup>mon</sup> menciona las batallas de Lepanto y San Quintín, hechos históricos decisivos para la historia de España que, a juicio de la voz autorial<sup>mon</sup>, representan la victoria y el orgullo español:
  - *la victoria de San Quintín* (pág. 1): fue una batalla dentro de las Guerras italianas entre las tropas del imperio español y el ejército francés. Tuvo lugar el 10 de agosto de 1557. Y se resolvió como victoria decisiva para el reino de España. El 10 de agosto de 1557 es el día de san Lorenzo, por lo que Felipe II mandó construir El Escorial con forma de parrilla, en honor al santo del día de aquella gran victoria;
  - *Lepanto* (pág. 3): la batalla de Lepanto fue un combate naval que tuvo lugar el 7 de octubre de 1571, cerca de la ciudad griega de Náfpaktos (*Lepanto* en italiano), en el que se enfrentaron la armada del Imperio otomano contra la armada de la Liga Santa, una coalición católica formada por el Imperio Español, los Estados Pontificios, la República de Venecia, la Orden de Malta, la República de Génova y el Ducado de Saboya. Los católicos, que estaban liderados por Juan de Austria (hijo ilegítimo de Carlos I de España y V del Sacro Imperio Romano Germánico y hermano bastardo de Felipe II), resultaron vencedores. La victoria católica en Lepanto supuso el freno del expansionismo del Imperio Otomano en el Mediterráneo oriental;
- *el Emperador* (pág. 1): Carlos I de España y V del Sacro Imperio Romano Germánico, padre de Felipe II;
- *Yuste* (pág. 1): el monasterio de Yuste es un monasterio y casa palacio en el que vivió (1556-1558) y murió Carlos I de España y V del Sacro Imperio Romano Germánico tras su abdicación en su hijo, Felipe II;
- *arte/estilo herreriano* (pág. 3): arte relacionado con el arquitecto y matemático español Juan de Herrera y su obra. Es un estilo limpio, severo y sencillo. Estas asociaciones acompañan a expresiones de apreciación directa;

- *de mármoles de Florencia y Carrara* (pág. 3): Carrara era desde los tiempos de los emperadores romanos (y sigue siendo) el centro más importante de la industria italiana del mármol. El famoso Mármol de Carrara es una piedra blanca muy prestigiosa procedente de los Alpes Apuanos en el norte de la Toscana. Esta asociación también es una expresión de apreciación directa, ya que no se trata de unos mármoles cualquiera, sino de unos mármoles de gran prestigio (+valor social);
- *la supresión de la comunidad jerónima* (pág. 4): la Orden de San Jerónimo sufrió de lleno las desamortizaciones del siglo XIX, llegando a extinguirse con la ley de Mendizábal. Durante esa época, los gobiernos liberales realizaron exclaustraciones y desamortizaciones, lo que llevó a la ruina la mayoría de sus monasterios, que fueron malvendidos y abandonados;
- *la revolución de 1868* (pág. 4): la Revolución de 1868, también llamada *la Gloriosa*, *Revolución de Septiembre* o *la Septembrina*, fue una sublevación militar con elementos civiles que tuvo lugar en España en septiembre de 1868 y supuso el destronamiento y exilio de la reina Isabel II. Este hecho dio paso al inicio del Sexenio Democrático, que es el primer intento en España de establecer un régimen político democrático; primero, en forma de monarquía parlamentaria, durante el reinado de Amadeo I de Saboya (1871-1873); después, en forma de república, la Primera República (1873-1874). Sin embargo, ambas fórmulas acabaron fracasando;
- *pinturas de influencia miguelesca* (pág. 5): influencia de Miguel Ángel, arquitecto, escultor y pintor italiano renacentista, considerado uno de los más grandes artistas de la historia tanto por sus esculturas como por sus pinturas y obra arquitectónica. Esta asociación también acompaña a una expresión de apreciación directa;
- *para recepciones y audiencias, para embajadores o funcionarios que llegaban al Escorial desde el corazón de la Europa turbada por las luchas religiosas* (pág. 5): hace referencia a las Guerras de religión de Francia (corazón de Europa), que fueron una serie de enfrentamientos civiles desarrollados en el reino de Francia y en el reino de Navarra durante la segunda mitad del siglo XVI. Entre 1562 y 1598 se sucedieron ocho guerras diferentes, pero la violencia fue constante durante todo el periodo. La Guerra Civil francesa tuvo también

dimensiones internacionales, implicando a la potencia protestante del momento, la Inglaterra de Isabel I, con la máxima defensora del catolicismo y mayor potencia de la época, la España de Felipe II. Estos enfrentamientos utilizaron Francia como escenario;

- *para recepciones y audiencias, para embajadores o funcionarios que llegaban al Escorial (...) o desde las lejanas y misteriosas Indias* (pág. 5): hace referencia al nombre dado a las posesiones europeas en los nuevos territorios descubiertos y por descubrir en América (siglo XV). En la Europa del siglo XV se ignoraba la existencia del continente americano y, tras la llegada de Cristóbal Colón a América en 1492, se tomó inicialmente el territorio como parte de la región asiática. Esta confusión no se resolvió hasta que los estudios del cartógrafo italiano Américo Vesputio, al servicio de España, demostraron de manera concluyente que se trataba de un nuevo continente. A pesar de esto, el nombre ambiguo persistió durante más de 300 años, llamándose Indias tanto a América como a las regiones de Asia. Para diferenciarlos, se utilizó el término Indias Occidentales para referirse al territorio americano e Indias Orientales para el asiático. Durante el siglo XVI, España acumuló una gran cantidad de oro y plata extraídos del continente americano. (v. realización 5 de la Tabla 46);
- *del proceso llamado de El Escorial* (pág. 6): se conoce como proceso de El Escorial al juicio llevado a cabo en 1807, en este monasterio, tras detectarse la conspiración de El Escorial, que fue un plan ideado por los hombres de confianza del entonces príncipe de Asturias, Fernando, a sabiendas de este, para derrocar a su padre, el rey Carlos IV;
- *muestras de decoración pompeyana* (pág. 6): se trata de un estilo que se distingue por la delicadeza, gracia y fantasía del dibujo, sobre todo en vegetales estilizados, por la viveza del colorido, el realismo y la voluptuosidad en las figuras. También se caracteriza por cierto contraste de luces y colores. Estos aspectos reflejan el espíritu de una sociedad bulliciosa, elegante y frívola. Esta asociación acompaña a expresiones de apreciación directa.

### 6.3.1.5 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

La hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* consta de 60 oraciones. De este total de oraciones: 52 son monoglósicas y 8 heteroglósicas, por lo que la voz autorial<sup>mon</sup> tiene, principalmente, un carácter monoglósico, como mostramos en la Tabla 47. Dos oraciones contienen varias heteroglosias cada una (heteroglosias 4/8 y 9).

Analizando más en detalle las heteroglosias, la voz autorial<sup>mon</sup> cierra el espacio dialogístico en seis casos: ***rechazo>contradicción*** (2 casos), ***contradicción>concesión*** (1 caso) y ***declaración>pronunciamento*** (3 casos). Por otro lado, la voz autorial<sup>mon</sup> abre el espacio dialogístico en 4 ocasiones, que son cuatro ***consideraciones***.

Dos de las heteroglosias están relacionadas con valoraciones de juicio que se ofrecen sobre Felipe II y otros gobernantes españoles (heteroglosias 2 y 4/8).

En cinco ocasiones, el autor del TO se pronuncia (heteroglosia ***contractiva***) resaltando información para el lector, o recomendándole algo que debe visitar (heteroglosias 4, 5, 6, 8 y 9 de la Tabla 47).

Cabe mencionar que cuatro de las cinco ***recomendaciones*** se concentran en dos párrafos de la pág. 6, que es la antepenúltima página de la hoja de ciudad. Este es el tipo de heteroglosia que más se repite y podrían analizarse bien como ***pronunciamentos***, o bien como ***consideraciones***. En español no queda tan clara la diferenciación y podrían formar parte de una categoría fronteriza, como presentamos a continuación.

Retomando los postulados desarrollados en el capítulo 3 de esta tesis doctoral, el ***pronunciamento*** (heteroglosias 5, 6 y 7) es una forma de insistir o enfatizar, que implica, a su vez, la presencia de cierta resistencia, duda o reto que la voz autorial ha de vencer. En este caso, más que de un énfasis para confrontar un punto de vista opuesto, se trata de un énfasis para centrar la atención de los lectores que no sepan mucho sobre El Escorial (lectores sin conocimientos). No parece que exista una amenaza a la solidaridad entre el autor del TO y lector, sino todo lo contrario. El autor del TO aconseja al lector, estableciendo una relación de solidaridad con él, pero invirtiendo en su valoración de forma notable. Por otro lado, si analizamos estas recomendaciones como ***consideraciones*** (heteroglosias 9 y 10) el espacio dialogístico se abre mínimamente. Creemos que, cuando el verbo principal es un verbo del decir (*advertir, aconsejar, decir, etc.*), resulta más evidente analizarlas como

**consideraciones**, ya que con ellas el autor del TO no expresa de forma tan tajante su punto de vista y abre el espacio dialogístico a posiciones alternativas.

**Tabla 47. La expresión del compromiso en *El Escorial-TO*<sup>mon150</sup>**

mon.	1. Un personalísimo designio de Felipe II hizo nacer junto a una pequeña villa de la sierra carpetana, el Monasterio de San Lorenzo del Escorial, uno de los lugares que atrae con más fuerza de realidades artísticas y de sugerencias históricas en tierra española. (1)		
heteroglosia	contracción	rechazo	<p><b>contradicción</b></p> <p>2. Una vez terminada, el rey Felipe II, hombre riguroso <b>pero</b> sincero, buen administrador de sus reinos y fino amante del arte, quiso hacer del Escorial, un compendio del renacimiento. (2)</p> <p>3. <b>Pero</b> el verdadero museo del Escorial está en las salas capitulares del Monasterio y en la sacristía de su iglesia. (4)</p>
		declaración	<p><b>pronunciamento</b></p> <p>5. <b>Son de notar</b> las pinturas de los claustros, de los mismos artistas españoles e italianos que pintaron los retablos de la iglesia; la escalera es obra de Juan bautista Castello el Bergamasco. (4)</p> <p>6. <b>Es de señalar</b> como una cosa aparte, la sala de Batallas en la que pintores de segunda fila del siglo XVI han representado hechos de armas victoriosos para los españoles. (6)</p> <p>7. <b>Es preciso también</b> asomarse al jardín de los frailes y pasear entre los macizos de boj y los adelfos, mientras el sol dora la enorme fachada. (6)</p>
	expansión	consideración	<p>8. Numerosas adquisiciones enriquecieron sus fondos bajo Felipe II y <b>a pesar de</b> algunas pérdidas lamentables, cuenta hoy con unos 40.000 volúmenes, formidable riqueza <b>si se tiene en cuenta que</b> se trata de libros rarísimos en su mayoría y una buena parte de códices medievales (...). (5)</p> <p>9. Mas para completar este rápido repaso de las riquezas del Escorial <b>es preciso advertir que</b> el grandioso monumento <b>debe ser admirado</b> desde la montaña. (6)</p> <p>10. <b>Es de aconsejar asimismo</b> al visitante que guste de comprender íntegramente este paisaje único, el paseo por los solitarios caminos de la Herrería y aún alejarse hasta la peña (...)(6)</p>

<sup>150</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).



En términos de expresión del compromiso, la voz autorial<sup>mon</sup> traducida mantiene el carácter predominantemente monoglósico de la original. Al igual que sucedía en la voz autorial<sup>mon</sup> original, los tipos de heteroglosia que más se repiten son los pronunciamentos y las **consideraciones**, que, como hemos explicado en este apartado, son recomendaciones del autor del TO al lector y que, a veces, son complicadas de clasificar en una de las dos categorías (v. Tabla 48).

El traductor mantiene la impersonalidad en dos de los **pronunciamentos** (realizaciones 1 y 2 de la Tabla 48) y abre algo más espacio dialogístico en uno de los casos (realización 3 de la Tabla 48): la voz autorial<sup>mon</sup> traducida es más **expansiva** *Und gleichfalls ist es interessant* (6) [lit. *igualmente interesante es*], por lo que puede interpretarse como una **consideración**, ya que implica menos obligatoriedad que la voz autorial<sup>mon</sup> original, o como un ejemplo de monoglosia.

En cuanto a las **consideraciones**, en la voz autorial<sup>mon</sup> original se realizan a través de oraciones impersonales mientras que en la voz autorial<sup>mon</sup> traducida se emplea el verbo en primera persona del plural en dos de los casos (realizaciones 4 y 5 de la Tabla 48). Al usar el verbo conjugado, el traductor interviene de forma más explícita y establece una relación de solidaridad con el lector más directa. Nos detendremos en estos casos más adelante.

**Tabla 48. La traducción de los pronunciamentos y consideraciones en *El Escorial-TM<sup>mon</sup>***

N.º	TO	TM
1	<b>Son de notar</b> las pinturas de los claustros, de los mismos artistas españoles e italianos que pintaron los retablos de la iglesia; la escalera es obra de Juan bautista Castello el Bergamasco. (4)	<b>Bemerkenswert sind</b> die Malereien des Kreuzganges von den gleichen spanischen und italienischen Künstlern, welche die Altarwände der Kirche malten; die Treppe ist ein Werk des Juan Bautista Castello de Bergamasco. (4)
2	<b>Es de señalar</b> como una cosa aparte, la sala de Batallas en la que pintores de segunda fila del siglo XVI han representado hechos de armas victoriosos para los españoles. (6)	Getrennt von den übrigen Sälen <b>ist</b> der Schlachtensaal <b>zu nennen</b> , in welchem Maler zweiten Ranges aus dem 16. Jahrhundert siegreiche Waffentaten der Spanier festhielten. (6)
3	<b>Es preciso también</b> asomarse al jardín de los frailes y pasear entre los macizos de boj y los adelfos, mientras el sol dora la enorme fachada. (6)	<b>Und gleichfalls ist es interessant</b> einen Blick in den Mönchsgarten zu tun und zwischen Buchsbaumhecken einherzugehen, während die Sonne die riesige Fassade vergoldet. (6)
4	Mas para completar este rápido repaso de las riquezas del Escorial <b>es preciso advertir que</b> el grandioso monumento <b>debe ser admirado</b> desde la montaña. (6)	Um diese kurze Uebersicht der Schätze des Escorial zu vervollständigen, <b>möchten wir noch erwähnen, dass man gut tut</b> , dieses grossartige Monument vom Gebirge aus <b>zu betrachten</b> . (6)
5	<b>Es de aconsejar asimismo</b> al visitante que guste de comprender íntegramente este paisaje único, el paseo por los solitarios	<b>Auch möchten wir nicht verfehlen</b> dem Besucher, welcher diese einzigartige Landschaft näher kennen und verstehen lernen

N.º	TO	TM
	caminos de la Herrería y aún alejarse hasta la peña—la silla de Felipe II—desde donde el Rey veía poco a poco levantarse, acusándose las líneas del Monasterio, frente a las cumbres vecinas. (6)	möchte, einen Spaziergang auf den einsamen Wegen der Herrería <b>zu empfehlen</b> und selbst noch weiter bis zum Felsen, dem sogen. Stuhl Philipps II. (Silla de Felipe II), von wo der König das allmähliche Entstehen des Monasteriums inmitten der übrigen Bergesgipfel beobachtete. (6)

### 6.3.2 Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de *El Escorial*

En términos generales, la configuración del sistema de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida no varía demasiado con respecto al de la voz autorial<sup>mon</sup> original. Las variaciones más interesantes están relacionadas con los diez segmentos que el traductor omite. Cabe señalar que estas omisiones no afectan a oraciones completas.

La Tabla 49 incluye los segmentos/elementos omitidos en español junto con una breve descripción de la omisión.

Las omisiones más destacables son las omisiones referidas a la expresión directa e indirecta del juicio sobre Felipe II. El traductor omite dos expresiones directas de juicio (omisión 1 +tenacidad y omisión 2 +capacidad) y una expresión indirecta de juicio (omisión 3). Este último ejemplo contenía sintagmas intensificados por repetición (dobletes), una heteroglosia y la única expresión de afecto identificada en la voz autorial<sup>mon</sup> original. Estas omisiones de valoraciones de juicio pueden interpretarse como una tendencia del traductor a atenuar las alabanzas a Felipe II de la versión original, lo que implica que la prosodia no esté “tan saturada” y que el sistema de valores de la hoja de ciudad *El Escorial*<sup>mon</sup> traducida pierda “fuerza”, al desaparecer alguna de las piezas en las que se sustenta. Una modificación que concuerda con esta tendencia a suavizar la intensidad de los juicios de signo positivo emitidos sobre monarca de la versión original es la eliminación del lexema aislado graduador de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> original en la traducción de *En tan modestas estancias* (pág. 5) » *In diesen bescheidenen Räumen* (pág. 5).

Otra de las variaciones más llamativas es la omisión de un total de cinco asociaciones<sup>151</sup>, lo que repercute en que la expresión de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida sea más directa que la de la voz autorial<sup>mon</sup> original.

**Tabla 49. Los segmentos omitidos en *El Escorial-TM<sup>mon</sup>***

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>152</sup>	Descripción de la omisión
1	(...) In dankbarer Erinnerung an den Sieg von Saint Quentin, welchen unsere Truppen im Jahre 1557 davontrugen, wurde das Monasterium dem Heiligen Laurentius geweiht und dem Orden des Heiligen Hieronymus übergeben. <u>[que tenía para el Rey las preferencias de ser española y de haber sido también elegida por su padre el Emperador para acompañarle en Yuste]</u> (1) (fin de la página)	Omite las asociaciones: <i>su padre el Emperador y Yuste</i> .
2	(...), sondern Juan de Herrera, welcher dem Bau seinen persönlichen Stempel aufdrückte, indem er ihn streng von den klassischen Elementen befreite. <u>[que el renacimiento italiano restauraba, adaptándolo a las necesidades de su tiempo]</u> (...) (2)	Acorta la oración.
3	(...) Der Grundstein wurde 1563 gelegt und das Jahr 1584 sah den Bau vollendet. <u>[hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amador del arte]</u> Nun wollte König Philipp aus dem Escorial ein Kompendium der Renaissance machen und ein Zentrum biblischer und klassischer Studien schaffen. (...) (2)	Omite los sintagmas intensificados por repetición (dobletes) que alababan a Felipe II y una heteroglosia.
4	(...) Im Innern ist der Bau um Höfe herum angeordnet, einige derselben sind von ausserordentlicher architektonischer Schönheit, so z.B. der sogenannte "Patio de los Evangelistas". <u>[con su clásico templete, sus estanques simétricos y sus macizos de boj, todo ello dominado por las masas grandiosas del severo arte herreriano]</u> (...) (2)	Acorta la oración y omite la asociación sobre el <i>arte herreriano</i> .
5	(...) Rechts und links des Altares die Denkmäler Karls I. und Philipps II., <u>[representados con sus familias en estatuas orantes de dorado bronce, de un impresionante y soberbio efecto]</u> ein Werk Leonis. (...) (3)	Acorta la oración y elimina el doblete (apreciaciones).
6	(...) Der Pantheon der Könige wurde erst unter der Regierung Philipps IV. vollendet. Er liegt unter der Hauptkapelle. <u>[y a él se descende por una estrecha escalera que termina en la capilla sepulcral, de arte en consonancia con su época, lejano del estilo herreriano]</u> Auf dem Altar ein Kruzifix von Domenico Guidi. (...) (3)	Acorta la oración y omite una vez más una asociación relacionada con el <i>estilo herreriano</i> .
7	(...) Der Pantheon der Infanten, aus dem 19. Jahrhundert, bildet eine wahrhafte Marmorsymphonie. <u>[de mármoles de Florencia y Carrara]</u> Der Raum selbst besteht aus 8 Sälen, in einem derselben befindet sich das Grabmal des Bastardbruders Philipps II., des Siegers von Lepanto, Johan von Oesterreich. (...) (3)	Omite la asociación que hacía referencia a la buena calidad de los mármoles.

<sup>151</sup> Asociaciones omitidas en la traducción de *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*: *el Emperador* (pág. 1); *Yuste* (pág. 1); *arte herreriano* (pág. 3); *de arte en consonancia con su época, lejano del estilo herreriano* (pág. 3); y *El Panteón de Infantes obra del siglo XIX, verdadera sinfonía de mármoles de Florencia y Carrara* (pág. 3).

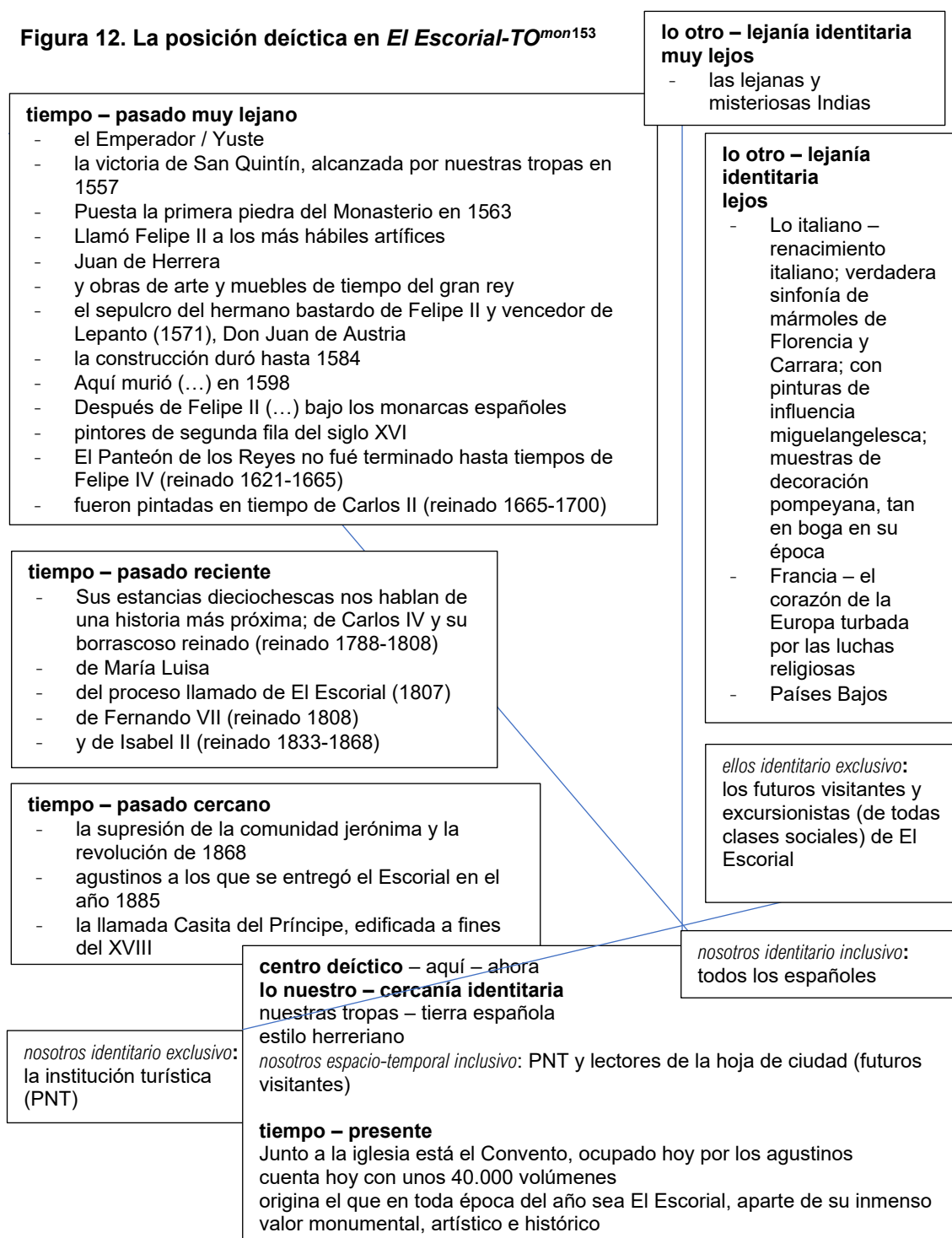
<sup>152</sup> Insertamos los segmentos/elementos omitidos en español, subrayados y entre corchetes.

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>152</sup>	Descripción de la omisión
8	(...) In der Nähe liegt das Zimmer der Tochter des Königs, der bevorzugten Isabella Clara Eugenia, die intelligente und energische Infantin, spätere Regentin der Niederlande. <u>[Es entre las paredes de estas humildes habitaciones donde Felipe pasó buena parte de su vida, siempre atento al cuidado de los negocios.]</u> (...) (5) (fin de la página)	Omite una oración que alababa de forma indirecta la humildad de Felipe II y su carácter infatigable en los negocios.
9	(...) Und gleichfalls ist es interessant einen Blick in den Mönchsgarten zu tun und zwischen Buchsbaumhecken [y los adelfos] einherzugehen, (...) (6)	Omite la referencia al sustantivo <i>adelfos</i> .
10	(...) Der untere Teil des Ortes ist von den bereits erwähnten Anlagen “La Herrería” umgeben, der gebirgigere Teil von ausgedehnten Tannenwäldern, wo gute und bequeme Wege schöne Spaziergänge gestatten und herrliche Ausblicke auf die einzigartige Landschaft. <u>[con numerosos hoteles particulares, rodeados de bonitos jardines, cuyo conjunto produce una grata impresión en el visitante]</u> Die täglich zahlreichen Eisenbahnverbindungen, welche den Besucher schnell und zu mässigen Preisen von Madrid nach El Escorial befördern, und ebenso die ausserordentlich gepflegte Landstrasse, welche einer Autorennbahn gleicht, sind Ursache, dass El Escorial während des ganzen Jahres ein von allen sozialen Klassen der Bevölkerung bevorzugter Ausflugsort ist, ganz abgesehen von seinen ungeheueren künstlerischen und historischen Werten. Gute Hotels und Restaurants stehen dem Reisenden zur Verfügung. (7) (fin de la página)	Acorta la oración y omite algunas valoraciones y la referencia al <i>visitante</i> .  Compensa la apelación directa al <i>visitante</i> en la siguiente oración.

### 6.3.3 Posición deíctica en la versión monárquica de *El Escorial* y su traducción al alemán

En la Figura 12 analizamos los marcadores temporales, espaciales e identitarios de la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*.

**Figura 12. La posición deíctica en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*<sup>153</sup>**



<sup>153</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

Como observamos, los marcadores temporales son los más abundantes, sobre todo los de pasado muy lejano. Llama la atención la presencia de marcadores identitarios inclusivos tanto en el propio centro deíctico como cerca de él y las numerosas referencias identitarias muy lejanas que apuntan el pasado glorioso de España. En cuanto a la figura de la posición deíctica en la traducción, esta sería algo diferente, ya que el traductor añade más marcadores identitarios exclusivos de la institución turística, que, como mostramos más adelante, cobra mayor importancia que en la versión española.

Siguiendo a Munday (2012: 70-71), los indicadores de posición deíctica en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y su traducción al alemán se han clasificado en cuatro categorías, que presentamos en la Tabla 50. El autor del TO utiliza la primera persona del plural de tres formas: el determinante posesivo de primera persona del plural *nuestro* (realización 3), el verbo conjugado en primera persona del plural (realización 6) y el pronombre reflexivo de primera persona del plural *nos* (realización 2).

Tal y como podemos observar en las realizaciones 1 y 4 de la Tabla 50, el traductor añade una realización más en la primera y segunda categoría (*nosotros espacio-temporal inclusivo* y *nosotros identitario inclusivo*) en un intento de formar más equipo con el lector meta. También añade dos realizaciones más en la tercera categoría (*nosotros identitario exclusivo*), que se corresponden con las **consideraciones** impersonales del TO (v. Tabla 48). Esto constata, una vez más, la afirmación de Munday (2012: 68) de que la posición deíctica está relacionada con el recurso valorativo del compromiso. En dos de los casos en los que el autor del TO aporta recomendaciones para el lector mediante oraciones impersonales como *es preciso advertir que* o *[e]s de aconsejar asimismo*, el traductor emplea el verbo en primera persona del plural, que pertenece a la categoría *nosotros identitario exclusivo*: la institución turística (realizaciones 7 y 8 de la Tabla 50).

Resulta llamativo que el traductor no adapte el texto a los futuros visitantes alemanes y mantenga el determinante posesivo *nuestro/a* en la realización 3, que hace referencia a las tropas españolas: *unsere Truppen*. Esta decisión ya había sido observada en el análisis de la hoja plegable *Los jardines de España-TM* y consideramos que conlleva una desalineación con el lector alemán.

Por último, como puede observarse en la realización 10 de la Tabla 50, en el TO se apela directamente a los *visitantes* y a los *excursionistas*, realizaciones que incluimos dentro la cuarta categoría deíctica (*ellos identitario exclusivo*).

Tabla 50. Los indicadores de posición deíctica en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y su traducción<sup>154</sup>

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>155</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros espacio-temporal inclusivo</i>	la institución turística (PNT) y los lectores (futuros visitantes)	1	[correspondencia TO] Allí [Ø] está su dormitorio dispuesto de manera que pudiera oír la misa desde el lecho; su contiguo cuarto de trabajo, sencillo como una celda; (5)	[realización añadida] <b>Wir sehen</b> sein Schlafgemach, das so angelegt ist, dass er vom Bette aus die Messe hören konnte, daran anschliessend sein Arbeitszimmer, einfach wie eine Klosterzelle. (5)
		2	Sus estancias dieciochescas <b>nos</b> hablan de una historia más próxima; de Carlos IV y su borrascoso reinado, de María Luisa, del proceso llamado de El Escorial, de Fernando VII y de Isabel II. (6)	Die Gemächer im Stile des 18. Jahrhunderts sprechen zu <b>uns</b> in einer <b>unserer Zeit</b> näher liegenden Geschichte, von Karl IV. und seiner stürmischen Regierung, von Maria Luisa, von dem sogenannten Prozess von El Escorial, von Ferdinand VII. und Isabella II. (6)
<i>nosotros identitario inclusivo</i>	todos los españoles	3	La dedicación a San Lorenzo era motivada por el día de la victoria de San Quintín, alcanzada por <b>nuestras tropas</b> en 1557. (1)	In dankbarer Erinnerung an den Sieg von Saint Quentin, welchen <b>unsere Truppen</b> im Jahre 1557 davontrugen, wurde das Monasterium dem Heiligen Laurentius geweiht und dem Orden des Heiligen Hieronymus übergeben. (1)
		4	[correspondencia TO] Sus estancias dieciochescas <b>nos</b> hablan de una historia más próxima [Ø]; de Carlos IV y su borrascoso reinado, de María Luisa, del proceso llamado de El Escorial, de Fernando VII y de Isabel II. (6)	[realización añadida] Die Gemächer im Stile des 18. Jahrhunderts sprechen zu <b>uns</b> in einer <b>unserer Zeit</b> näher liegenden Geschichte, von Karl IV. und seiner stürmischen Regierung, von Maria Luisa, von dem sogenannten Prozess von El Escorial, von Ferdinand VII. und Isabella II. (6)
		5	<b>Es de señalar</b> como una cosa aparte, la sala de Batallas en la que pintores de segunda fila del siglo XVI han representado hechos de armas victoriosos para <b>los españoles</b> . (6)	Getrennt von den übrigen Sälen <b>ist</b> der Schlachtsaal <b>zu nennen</b> , in welchem Maler zweiten Ranges aus dem 16. Jahrhundert siegreiche Waffentaten <b>der Spanier</b> festhielten. (6)

<sup>154</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).

<sup>155</sup> Las correspondencias en el TO se indican en color verde.

Tipos de categorías deicticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>155</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros</i> <i>identitario</i> <i>exclusivo</i>	la institución turística (PNT)	6	<b>Cítemos</b> entre ellos el “Descendimiento”, obra de Van der Weyden, varias obras del Bosco; el “Jacob y sus hijos”, de Velázquez; el “Martirio de San Mauricio” y “El sueño de Felipe II”, por el Greco; “Lavatorio” de Tintoretto; “La Cena”, de Tiziano, con otras obras de Veronés, de Ribera, de Bassano, de Navarrete, de Alonso Cano, de Guercino, de Jordán... (4)	U.a. <b>nennen wir</b> die “Kreuzesabnahme” von Van der Weyden, verschiedene Werke von Bosco; “Jakob und seine Söhne” von Velazquez, das “Martyrium des Heiligen Mauritius” und der “Traum Philipss II.” von Greco; die “Fusswaschung” von Tintoretto; das “Heilige Abendmahl” von Tizian, sowie Werke von Paolo Veronese, Ribera, Bassano, Navarrete, Alonso Cano, Guercino, Jordán... (4)
		7	<b>[correspondencia TO]</b> Mas para completar este rápido repaso de las riquezas del Escorial <b>es preciso advertir que</b> el grandioso monumento debe ser admirado desde la montaña. (6)	<b>[realización añadida]</b> Um diese kurze Uebersicht der Schätze des Escorial zu vervollständigen, <b>möchten wir noch erwähnen</b> , dass man gut tut, dieses grossartige Monument vom Gebirge aus zu betrachten. (6)
		8	<b>[correspondencia TO]</b> <b>Es de aconsejar asimismo al visitante</b> que guste de comprender íntegramente este paisaje único, el paseo por los solitarios caminos de la Herrería y aún alejarse hasta la peña—la silla de Felipe II—desde donde el Rey veía poco a poco levantarse, acusándose las líneas del Monasterio, frente a las cumbres vecinas. (6)	<b>[realización añadida]</b> Auch <b>möchten wir nicht verfehlen</b> dem <b>Besucher</b> , welcher diese einzigartige Landschaft näher kennen und verstehen lernen möchte, einen Spaziergang auf den einsamen Wegen der Herrería <b>zu empfehlen</b> und selbst noch weiter bis zum Felsen, dem sogen. Stuhl Philipps II. (Silla de Felipe II), von wo der König das allmähliche Entstehen des Monasteriums inmitten der übrigen Bergespipfel beobachtete. (6)
<i>ellos</i> <i>identitario</i> <i>exclusivo</i>	el futuro visitante	9	<b>[correspondencia TO]</b> Un personalísimo designio de Felipe II hizo nacer junto a una pequeña villa de la sierra carpetana, el Monasterio de San Lorenzo del Escorial, uno de los lugares que atrae [Ø] con más fuerza de realidades artísticas y de sugerencias históricas en tierra española. (1)	<b>[realización añadida]</b> Ein ganz persönlicher Plan Philipps II. liess in der Nähe eines kleinen karpetanischen Gebirgsortes das Monasterium des Heiligen Laurentius oder des Escorial entstehen, einen der Plätze, welcher mit der ganzen Kraft künstlerischer Wirklichkeit und historischer Erinnerungen den <b>Reisenden</b> in Spanien anzieht. (1)
		10	Es de aconsejar asimismo al <b>visitante</b> que guste de comprender íntegramente este paisaje único, el paseo por los solitarios caminos de la Herrería y aún alejarse hasta la peña—la silla de Felipe II—desde donde el Rey veía poco a poco levantarse, acusándose las líneas del Monasterio, frente a las cumbres vecinas. (6)	Auch <b>möchten wir nicht verfehlen</b> dem <b>Besucher</b> , welcher diese einzigartige Landschaft näher kennen und verstehen lernen möchte, einen Spaziergang auf den einsamen Wegen der Herrería <b>zu empfehlen</b> und selbst noch weiter bis zum Felsen, dem sogen. Stuhl Philipps II. (Silla de Felipe II), von wo der König das allmähliche Entstehen des Monasteriums inmitten der übrigen Bergespipfel beobachtete. (6)



Tipos de categorías deicticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>155</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
		11	El Escorial, por su situación en la falda de Sierra del Guadarrama con una altitud de 923 metros sobre el nivel del mar, rodeada del ya citado bosque de La Herrería en su parte baja y extensos pinares en la montaña cruzada de abundantes y bien cuidados caminos que permiten recorrerla con facilidad y admirar desde la misma magníficos panoramas, constituye una importante estación veraniega con numerosos hoteles particulares, rodeados de bonitos jardines, cuyo conjunto produce una grata impresión en el <b>visitante</b> .	<b>[realización omitida en este párrafo y compensada más adelante]</b> El Escorial ist ein beliebter Sommeraufenthaltort wegen seiner Lage in dem Tale des Guadarramagebirges, 923 m. über dem Meeresspiegel. Der untere Teil des Ortes ist von den bereits erwähnten Anlagen "La Herrería" umgeben, der gebirgigere Teil von ausgedehnten Tannenwäldern, wo gute und bequeme Wege schöne Spaziergänge gestatten und herrliche Ausblicke auf die einzigartige Landschaft.
		12	La vía férrea, por la que circulan diariamente numerosos trenes que facilitan la comunicación con Madrid de un modo económico y rápido, así como la carretera que por su inmejorable estado resulta una verdadera pista para el automovilismo, origina el que en toda época del año sea El Escorial, aparte de su inmenso valor monumental, artístico e histórico, un lugar predilecto para los <b>excursionistas</b> de todas las clases sociales, que como complemento encuentran en él un buen servicio de hoteles y restaurants. (7)	Die täglich zahlreichen Eisenbahnverbindungen, welche den <b>Besucher</b> schnell und zu mässigen Preisen von Madrid nach El Escorial befördern, und ebenso die ausserordentlich gepflegte Landstrasse, welche einer Autorennbahn gleicht, sind Ursache, dass El Escorial während des ganzen Jahres sein von allen sozialen Klassen der Bevölkerung bevorzugter Ausflugsort ist, ganz abgesehen von seinen ungeheueren künstlerischen und historischen Werten. Gute Hotels und Restaurants stehen dem <b>Reisenden</b> zur Verfügung. (7)

#### 6.3.4 Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de *El Escorial* y su traducción al alemán

Como sabemos, el autor del TO a través de sus manifestaciones en la voz autorial<sup>mon</sup> original proyecta el tipo de lector meta que espera que lea la hoja y visite El Escorial. Como hemos presentado en el apartado anterior, el autor del TO apela directamente a los lectores-visitantes usando los términos *visitantes* y *excursionistas* (v. realizaciones en el TO, 10-12 de la Tabla 50).

Los estudios de caso de esta tesis doctoral demuestran que en los inicios del turismo moderno no era frecuente emplear el término *turistas*. Los *turistas* de la época se dividían en dos categorías: los que visitan monumentos o lugares (*visitantes*) y los que hacen excursiones (*excursionistas*), que suelen ser solo de un día. Esta diferenciación queda perfectamente reflejada en la hoja de ciudad. Además, la voz autorial<sup>mon</sup> original es integradora y en el TO se apela a todos los excursionistas, independientemente de su clase social.

En la voz autorial<sup>mon</sup> traducida se observa una realización más en esta categoría y una compensación de otra. Además, el traductor utiliza los términos alemanes *Besucher* [*visitante*] o *Reisender* [*viajero*] (v. realizaciones en el TM, 10-12 de la Tabla 50), ambos términos no son equivalentes al de *excursionistas* que se emplea en el TO.

Otro aspecto interesante que indica cómo se espera que sea el lector-visitante de la hoja de ciudad es que el autor del TO escoge de forma intencionada ciertos personajes ilustres y hechos históricos relevantes en la historia de España (asociaciones) para promocionar El Escorial, lo que implica que da por sentado que el futuro lector los conoce y será, por tanto, un lector culto que podría comprender correctamente el sistema de valores de la hoja de ciudad.

En cuanto a la posición del lector, al igual que ocurre en la hoja plegable *Los jardines de España-TO*, consideramos que el autor del TO construye un lector *complaciente* (*compliant*) y que el traductor apostaría por generar una lectura complaciente que sea mucho más clara que la original. Esto explicaría las omisiones de ciertas valoraciones y el uso de más indicadores de posición deíctica en la traducción.

Como ya hemos argumentado en el análisis microtextual de la hoja plegable *Los jardines de España*, estas decisiones del traductor podrían responder a un intento de simplificar el texto y guiar al lector alemán en su lectura, lo que valida la hipótesis de House (2011: 189, citado en Munday 2012: 64) sobre la lengua alemana.

Por último, una vez más, el traductor mantiene visible el sistema cultural original para el lector-visitante alemán. Es decir, el traductor orienta las normas hacia la cultura origen (*principio de la adecuación* sugerido por Toury 1980, 1995/2012), lo que creemos que implica cierta desalineación con el lector alemán.

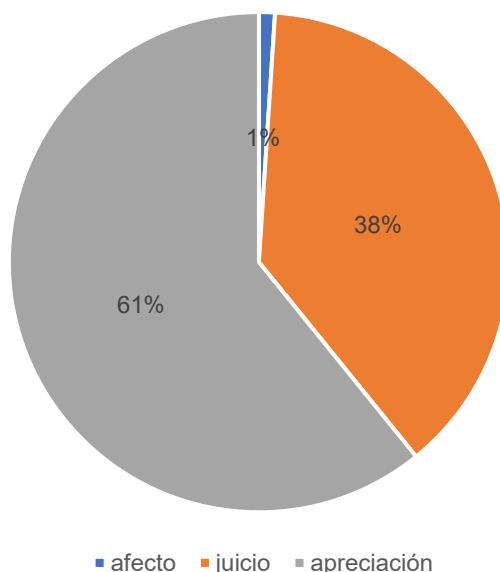
### 6.3.5 Patrón valorativo en la versión monárquica de *El Escorial* y su traducción al alemán: un viaje “histórico” por El Escorial

En esta hoja de ciudad, la voz del promotor turístico busca alabar al monarca Felipe II, como artífice de la obra magna del Monasterio de El Escorial, y valorar a diferentes gobernantes relevantes para la historia del monasterio. Observamos que los fragmentos textuales dedicados a cada gobernante español tienen su propia axiología (sus propios valores).

Para expresar ese matiz “histórico” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (85%) la mayor parte de la actitud;
- cuando lo hace de forma **indirecta** (15%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (96%) y, puntualmente, de signo **negativo** (4%);
- se expresa, principalmente, a través de la **apreciación** (61%) y del **juicio** (38%). El afecto se realiza de forma excepcional (1%) (v. Figura 13);
- expresa la carga actitudinal de forma muy graduada, principalmente, a través de **fuerza intensificada por repetición de elementos** (21% del total de valoraciones);
- emplea **categorías híbridas** en numerosas **expresiones indirectas** de actitud y **asociaciones**;
- se presenta, principalmente, de forma **monoglósica** y, puntualmente, utiliza **heteroglosias** (*pronunciamientos* y *consideraciones*);
- recurre al empleo de **indicadores de posición deíctica** pertenecientes a las categorías **inclusivas** (espacio-temporal e identitaria).

**Figura 13.** El sistema de la actitud en la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*



En este caso, nos gustaría destacar dos recursos que han sido seleccionados, intencionadamente, para fundamentar el sistema de valores de esta hoja de ciudad. Por un lado, cuando el autor del TO valora de forma indirecta a los gobernantes, lo hace a través de juicios sobre artistas y arquitectos contratados por los monarcas y de apreciaciones directas de objetos, que deben su existencia al buen hacer de determinados gobernantes (categorías híbridas). Por otro lado, el autor del TO hace uso también de numerosas asociaciones que hacen referencia a la grandeza de la historia de España, al orgullo de ser español y a estilos arquitectónicos y artísticos.

En general, el traductor se permite ciertas libertades al variar u omitir elementos en la traducción y toma decisiones que dejan su huella en la voz autorial traducida, aunque parece que intenta imitar la configuración de la voz autorial original.

Las principales diferencias entre la voz autorial<sup>mon</sup> original y la traducida se encuentran, principalmente, en el plano de la actitud, donde el traductor prescinde de algunos juicios positivos sobre Felipe II (con una heteroglosia) y varias asociaciones (el Emperador, Yuste, el arte/estilo herreriano y los mármoles italianos). Esto influye en la pérdida de intensidad axiológica de la hoja de ciudad. Una de las razones que explicaría esta decisión sería que, para el traductor y para lector alemán, no era necesario incidir tanto en este aspecto. En nuestra opinión, estas omisiones podrían responder al intento de simplificar el texto para el lector-visitante alemán, quien necesitaba que le orientaran más y que formaran equipo con él, tendencia que ya hemos observado en el análisis microtextual de *Los jardines de España-TM*.

En cuanto al compromiso y la posición deíctica, el traductor construye un discurso más directo, al traducir las dos *consideraciones* impersonales incluyendo el verbo conjugado en la primera persona del plural. Este hecho muestra una mayor inversión del traductor en el texto, quien interviene mucho más explícitamente al usar el verbo conjugado en la primera persona del plural. A nuestro juicio, con ello, busca resaltar el papel de la institución turística, el Patronato Nacional del Turismo, como la autoridad desde la que se garantiza la exactitud de los contenidos.

Todos estos resultados revelan la agentividad del traductor, que deja estas huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida (principalmente, en los sistemas de la actitud, del compromiso y en la posición deíctica), lo que demuestra su implicación y cierto distanciamiento con respecto al original. Creemos que este distanciamiento sí repercute en el sistema axiológico de la hoja de ciudad, tal y como presentamos a continuación.

#### **6.4 Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad *El Escorial***

El Patronato Nacional del Turismo editó una hoja de ciudad dedicada al Monasterio de San Lorenzo de El Escorial, la estructuró en torno a un eje cronológico y se valió de elementos no verbales y verbales para valorar de forma directa el monasterio.

A través de esta valoración directa de *El Escorial*, el PNT valora de forma indirecta el buen o mal hacer de los gobernantes que reinaron desde la creación de El Escorial hasta su desarrollo posterior, es decir, lo que el PNT considera que fueron decisiones acertadas o decisiones fallidas de aquellos gobernantes españoles.

El PNT escogió este monasterio por su enorme valor simbólico en la Historia de España. El Monasterio de San Lorenzo de El Escorial se encuentra en la localidad española de San Lorenzo de El Escorial, en la Comunidad de Madrid, y fue construido en el siglo XVI entre 1563 y 1584. Sin duda, El Escorial es uno de los complejos arquitectónicos renacentistas más singulares de España y de toda Europa y es considerado la obra magna de Felipe II. Este monarca lo ideó como un lugar multifuncional: incluye un palacio real, una basílica, un panteón, una biblioteca, un colegio y un monasterio. El palacio fue residencia de la familia real española, la basílica es lugar de sepultura de los reyes de España y el monasterio, fundado por monjes de la Orden de San Jerónimo, está ocupado actualmente por frailes de la Orden de San Agustín. Las grandes obras artísticas que contiene lo convierten también en un

verdadero museo. El Monasterio y Sitio del Escorial es Patrimonio de la Humanidad y una de las principales atracciones turísticas de la Comunidad de Madrid (España).

Además, el PNT selecciona ocho gobernantes relacionados con El Escorial y presenta la buena o mala contribución de estos a la creación y mantenimiento de El Escorial con el objetivo de promocionar una imagen concreta de cada gobernante.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en la versión monárquica de la hoja de ciudad *El Escorial*. En este caso, la voz del promotor turístico invita al lector-visitante a realizar un viaje por los hitos de la Historia de España y presenta a cada gobernante con su propia axiología.

En la Tabla 51 clasificamos los ocho gobernantes en tres grupos coloreados de forma diferente, dependiendo de las valoraciones que el autor del TO emplee para referirse a ellos. Estas valoraciones (tercera columna) representan unos valores concretos (cuarta columna). A modo de ejemplo y para clarificar la tabla, dentro del grupo “buenos gobernantes” se encuentra, sin duda, el creador de la obra: Felipe II, su hija, su hermano y Carlos II. El grupo de “malos gobernantes” lo integra Carlos IV en solitario. Por último, el grupo de “gobernantes neutros” está compuesto por María Luisa de Parma (mujer de Carlos IV), Fernando VII e Isabel II, sobre los que no se emite ningún juicio de valor. El autor del TO sí hace alusión a que después del reinado de Felipe II y bajo el reinado de los sucesivos monarcas españoles, el enriquecimiento de las colecciones del Monasterio persistió en el tiempo. Además, como hemos visto, para valorar de forma positiva a los “buenos gobernantes” e invertir más en la posición valorada, el autor se sirve de asociaciones y de las herramientas que le proporcionan los sistemas de la graduación y de la heteroglosia.

Indudablemente, el gobernante que sobresale por encima del resto es Felipe II, artífice de El Escorial, al que se alaba a través de las valoraciones de esta hoja de ciudad. En este análisis mostramos el interés del autor del TO por alabar la figura de este monarca, frente al mal hacer de Carlos IV, quien, como se ha indicado anteriormente (v. Asociaciones), se vio involucrado en el proceso de El Escorial, cuando su hijo y otros hombres de confianza intentaron derrocarlo. Carlos IV ha sido considerado un rey de carácter débil a menudo manipulable, sin más voluntad que la de su mujer, María Luisa de Parma (a la que también se nombra en la hoja de ciudad e incluimos en el grupo “gobernantes neutros”), y su hombre de confianza, Manuel Godoy. Esta visión estereotipada, aún en la actualidad, parece que estaba presente también a

finales de los años veinte. Su mala gestión diplomática de la crisis revolucionaria francesa al declarar la guerra al país vecino, tras el ajusticiamiento de su familiar Luis XVI en la guillotina, precipitó la invasión napoleónica de España.

Estructuralmente, puede afirmarse que los dobles y valoraciones más significativas (sobre todo de juicio) se concentran en torno a la figura de Felipe II (págs. 2 y 5). Llama la atención los ***pronunciamientos*** y ***consideraciones*** de la pág. 6 y los juicios indirectos al final de la hoja de ciudad (pág. 7). Parece que en estas últimas páginas el autor del TO se implica más.

En cuanto a la traducción de la hoja de ciudad, creemos que las variaciones que introduce el traductor (sobre todo las que afectan al sistema de la actitud) y las omisiones que realiza sí repercuten en cierta pérdida axiológica del TO.

**Tabla 51. El sistema de valores en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>***

Reyes	Grupo	Valoraciones representativas		Valores
Felipe II	buenos gobernantes	<ul style="list-style-type: none"><li>- Llamó Felipe II a los más hábiles artífices para la construcción de su fundación predilecta (2)</li><li>- el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amador del arte, quiso hacer del Escorial, un compendio del renacimiento. Y no solo de arte: Felipe II quiso hacer de su fundación un centro de estudios bíblicos y clásicos, mandando para ello acopiar libros y manuscritos en gran número (2)</li><li>- Después de Felipe II, el Monasterio, vivienda de la Corte en una parte del año, continuó enriqueciendo sus colecciones bajo los monarcas españoles (2)</li><li>- Numerosas adquisiciones enriquecieron sus fondos bajo Felipe II (5)</li><li>- (obras de arte y muebles de tiempo del) gran rey [el rey Felipe II] (5)</li><li>- En tan modestas estancias vive su recuerdo [Felipe II] (5)</li><li>- su contiguo cuarto de trabajo, sencillo como una celda [Felipe II] (5)</li><li>- estas humildes habitaciones [Felipe II] (5)</li><li>- siempre atento al cuidado de los negocios [el rey Felipe II] (5)</li></ul>		humildad, sinceridad, capacidad de trabajo, saber hacer, buena gestión, victoria, riqueza
Isabel Clara Eugenia		<ul style="list-style-type: none"><li>- la hija del Rey, la preferida Isabel Clara Eugenia, inteligente y enérgica infanta, la después regente de los Países Bajos (5)</li></ul>		
Don Juan de Austria		<ul style="list-style-type: none"><li>- el hermano bastardo de Felipe II y vencedor de Lepanto, Don Juan de Austria (3)</li></ul>		
Carlos II		Las demás bóvedas, tan poco en consonancia por su barroquismo, con el estilo de la iglesia, fueron pintadas en tiempo de Carlos II, por Lucas Jordán, el famoso Fa presto (3)	Después de Felipe II, el Monasterio, vivienda de la Corte en una parte del año, continuó enriqueciendo sus colecciones bajo los monarcas españoles (2)	
Carlos IV	malos gobernantes	de Carlos IV y su borrascoso reinado (6)	parte del año, continuó	mala gestión, inestabilidad
María Luisa de Parma	grupo neutro	(sin valoraciones)	enriqueciendo sus colecciones	
Fernando VII			bajo los monarcas	
Isabel II			españoles (2)	



## **6.5 Análisis microtextual de la versión monárquica de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca* y su traducción al alemán**

En los siguientes apartados, presentamos los resultados obtenidos del análisis microtextual la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*<sup>156</sup> y de su traducción al alemán<sup>157</sup>.

### **6.5.1 Expresión de la valoración en la hoja de ciudad Palma de Mallorca y su traducción al alemán**

#### **6.5.1.1 Expresión directa e indirecta del juicio**

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por emplear expresiones directas de juicio que pertenecen tanto a las subcategorías de la estima social como de la sanción social, como recogemos en la Tabla 52. Las más representativas se refieren a la marina española, la escuadra inglesa, el escultor Francisco Sagrera, el poeta Rubén Darío, al beato mallorquín Raimundo Lulio<sup>158</sup> y al visitante “prototípico” de la Cartuja de Valldemosa.

Todas las expresiones de juicio de signo positivo pertenecen a la subcategoría de la estima social>+capacidad y +tenacidad, exceptuando las referidas al beato Raimundo Lulio y al turista piadoso de la Cartuja de Valldemosa. Estas últimas pertenecen a la subcategoría de la sanción social>+integridad moral. Las dos expresiones de juicio de signo negativo pertenecen a las subcategorías estima social>-normalidad y sanción social>-integridad moral y aluden a la nobleza de la isla y al Obispo Giles Muñoz.

Además, hemos identificado tres expresiones directas de juicio (realizaciones 3, 4 y 5 de la Tabla 52) que son también expresiones directas de apreciación (realizaciones 22, 47 y 50 de la Tabla 54), donde se valora y se menciona explícitamente tanto la obra como al responsable de crearla, fenómenos que hemos observado también en otros análisis.

---

<sup>156</sup> La hoja de ciudad *Palma de Mallorca* y su traducción al alemán se encuentran en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), F4-I-221938.

<sup>157</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

<sup>158</sup> El autor del TO emplea la versión castellana del nombre.

**Tabla 52. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***

<b>estima social</b>
<b>- normalidad</b>
1. rancia nobleza (5)
<b>+ capacidad</b>
2. la gran escuadra inglesa del Mediterráneo (2)
3. En esta última son de notar, por modo especial, (una puerta en estilo plateresco-barroco,) la tumba del beato Raimundo Lulio por Francisco Sagrera (5)
4. el descanso laborioso [de Rubén Darío] (6)
5. <b>algunos</b> de sus <b>mejores</b> poemas [de Rubén Darío] (6)
<b>+ tenacidad</b>
6. su marina propia cobró gran impulso (1)
<b>sanción social</b>
<b>+ integridad moral</b>
7. la tumba del beato Raimundo Lulio (5)
8. (En la Cartuja de Valldemosa) se visita, piadosamente (ya, la celda en que vivieron Jorge Sand y Chopin en 1838) (6)
<b>- integridad moral</b>
9. el Obispo Giles Muñoz (...) Antipapa (3)

En esta hoja de ciudad se valora de forma indirecta la habilidad de las civilizaciones (romanos, griegos, árabes) y monarcas (Jaime I y Pedro IV), que también conquistaron Mallorca (v. Tabla 53).

De hecho, tal y como sucedía en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, cuando se valora de forma positiva monumentos o edificios creados durante el reinado de ciertos monarcas, se está valorando de forma indirecta también la pericia de estos. Esto es lo que sucede en la realización 2: la Catedral de Palma, valorada como *magnífico edificio* (apreciación directa>+composición, v. realización 13 de la Tabla 54), comenzó a construirse durante el reinado de Jaime I, por tanto, se valora de forma indirecta la habilidad de este monarca (juicio indirecto>+capacidad).

El ejemplo 3 de la Tabla 53 sería una personificación de la debilidad de Cartago, es decir, de los cartagineses, frente a la personificación de la fortaleza de Mallorca, de los mallorquines. Este movimiento retórico se considera también una valoración indirecta de juicio. Sin embargo, este ejemplo es una excepción, puesto que en esta hoja de ciudad se persigue la claridad y la voz autorial<sup>mon</sup> no incluye muchos ejemplos de lenguaje figurado, tal vez, para no dar lugar a dobles interpretaciones que lleven a equívocos.

**Tabla 53. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***

estima social	
+ capacidad	
1.	Dominada sucesivamente por los romanos, los emperadores griegos y los árabes, quedó incorporada a la corona de Aragón en 1229, mediante la conquista llevada a cabo por Jaime I, sin vinculación definitiva hasta los tiempos de Pedro IV (1)
2.	La <i>Seo</i> , o <i>Catedral</i> de Palma, magnífico edificio que la pátina del tiempo ha dorado prestigiosamente, se empezó reinando Jaime I, en 1230 (3)
- tenacidad	
3.	(su marina propia cobró gran impulso) al decaer Cartago [los cartagineses] (1)

### 6.5.1.2 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* pertenece a la categoría de la apreciación (56 casos): +reacción (10 casos), +composición (25 casos) y +valor social (21 casos) (v. Tabla 54). No se ha identificado ningún caso de apreciación de signo negativo.

Las expresiones de apreciación hacen referencia principalmente a las bellezas arquitectónicas y naturales de Palma de Mallorca.

**Tabla 54. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***

+ reacción	
1.	un golpe de vista magnífico (2)
2.	bellísimas vidrieras antiguas (3)
3.	un espléndido panorama (4)
4.	<b>La más</b> hermosa vista del mar y las montañas circundantes (5)
5.	el encanto ciudadano de Palma (5)
6.	(el encanto ciudadano de Palma) siendo cumbre su atractivo (5)
7.	[el encanto ciudadano de Palma no es] <b>lo</b> que <b>más</b> atrae al viajero a Mallorca (5)
8.	las bellezas naturales del Mediterráneo (5)
9.	(atribuyen a Mallorca) <b>cierto</b> romanticismo desinteresado (6)
10.	<b>tan</b> placentero rincón del mundo (6)
+ composición	
11.	al palacio imponente de los reyes mallorquines (2)
12.	Excelente puerto natural (2)
13.	La <i>Seo</i> , o <i>Catedral</i> de Palma, magnífico edificio que la pátina del tiempo ha dorado prestigiosamente, se empezó reinando Jaime I, en 1230 (3)
14.	<b>tan</b> vasto proyecto (3)
15.	el <i>Palacio Episcopal</i> es un espléndido edificio del segundo Renacimiento (1616) (3)
16.	cuatro torres <b>muy</b> características (4)
17.	el rico decorado escultórico (4)
18.	una lindísima “loggia” de estilo Renacimiento (4)
19.	el teatro Principal, (...), en estilo no exento de <b>cierta</b> gracia avalorada por la acción del tiempo ya (4)
20.	La calle de San Miguel es una de <b>las más</b> visiblemente activas de Palma de Mallorca (4)

<p>21. una cornisa <b>sumamente</b> característica (5)</p> <p>22. En esta última son de notar, por modo especial, una puerta en estilo plateresco-barroco, la tumba del beato Raimundo Lulio por Francisco Sagrera y un claustro delicioso en su poético abandono (5)</p> <p>23. y un claustro delicioso en su poético abandono (5)</p> <p>24. un precioso retablo del siglo XV (5)</p> <p>25. <b>algunos</b> edificios característicos (5)</p> <p>26. magnífico empaque arquitectónico (5)</p> <p>27. (el encanto ciudadano de Palma) tan distinto del color tenido por <b>más</b> español en la característica general de las viejas ciudades de la Península (5)</p> <p>28. rodeado también de naranjos, cerca del mar, al pie de la montaña, de que descuellan pintorescamente (6)</p> <p>29. los campos más inmediatos a la capital, y aún la Huerta y el Terreno poblados ciudadanos tocados de ruralismo (6)</p> <p>30. la pintoresca bahía de Porto-Pi (6)</p> <p>31. magníficas plantaciones de añosos olivos (6)</p> <p>32. el <b>vastísimo</b> bosque (6)</p> <p>33. una iglesia pintoresca con varias ermitas (6)</p> <p>34. (<i>Sóller</i> es) un lugar delicioso (6)</p> <p>35. el espectáculo es grandioso (6)</p>
<p><b>+ valor social</b></p>
<p>36. los famosos <i>talayots</i>, <i>recintos</i> y <i>navetas</i> o <i>galeras</i> (1)</p> <p>37. Mallorca por su privilegiada situación en el Mediterráneo (1)</p> <p>38. [Mallorca fue] <b>muy</b> disputada por los pueblos colonizadores y navegantes de la antigüedad y Edad Media (1)</p> <p>39. El clima es <b>sumamente</b> benigno, templado en invierno y en verano, sin extremos rigurosos (2)</p> <p>40. lucrativo comercio de exportación (2)</p> <p>41. las ricas esculturas góticas (3)</p> <p>42. al famoso <i>castillo de la Almudaina</i> o <i>Palacio Real</i> (3)</p> <p>43. del Alcázar magnífico (3)</p> <p>44. un retablo gótico de precio (3)</p> <p>45. las grandes casas y palacios (5)</p> <p>46. las viejas ciudades de la Península (5)</p> <p>47. el descanso laborioso [de Rubén Darío] (6)</p> <p>48. magníficas plantaciones de añosos olivos (6)</p> <p>49. la famosa Cartuja del mismo nombre (6)</p> <p>50. <b>algunos</b> de sus <b>mejores</b> poemas [de Rubén Darío] (6)</p> <p>51. (<i>Miramar</i>,) posesión espléndida (que fué del Archiduque Luis Salvador de Austria) (6)</p> <p>52. <b>La</b> excursión <b>más</b> notable (7)</p> <p>53. las famosas grutas estalactíticas del <i>Drach</i> (7)</p> <p>54. (El camino a) las no menos célebres <i>Cuevas de Artá</i> (7)</p> <p>55. excursiones interesantes (7)</p> <p>56. cantos y bailes en el interior de la isla de <b>gran</b> interés folklórico (7)</p>

#### 6.5.1.3 Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada a través de superlativos y lexemas aislados

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por presentar las actitudes de forma graduada, principalmente, mediante fuerza intensificada a través de superlativos y lexemas aislados (v. Tabla 55), aunque existen algunos ejemplos foco (agudizado y suavizado), fuerza cuantificada y fuerza intensificada por repetición de elementos.

La mayor parte de graduación de valoraciones por medio de la fuerza intensificada afecta a valoraciones pertenecientes a las subcategorías apreciación>+composición y de apreciación>+valor social.

**Tabla 55. La expresión de graduación en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*: fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados**

Superlativos
19. bellísimas vidrieras antiguas (3)
20. La más hermosa vista del mar y las montañas circundantes (5)
21. [el encanto ciudadano de Palma no es] lo que más atrae al viajero a Mallorca (5)
22. una lindísima “loggia” de estilo Renacimiento (4)
23. La calle de San Miguel es una de las más visiblemente activas de Palma de Mallorca (4)
24. (el encanto ciudadano de Palma) tan distinto del color tenido por más español en la característica general de las viejas ciudades de la Península (5)
25. [el encanto ciudadano de Palma no es] lo que más atrae al viajero a Mallorca (5)
26. el vastísimo bosque (6)
27. algunos de sus mejores poemas [de Rubén Darío] (6)
28. La excursión más notable (7)
29. las numerososísimas y encantadas calas (7)
Lexemas aislados
30. tan placentero rincón del mundo (6)
31. tan vasto proyecto (3)
32. cuatro torres muy características (4)
33. una cornisa sumamente característica (5)
34. [Mallorca fué] muy disputada por los pueblos colonizadores y navegantes de la antigüedad y Edad Media (1)
35. El clima es sumamente benigno, templado en invierno y en verano, sin extremos rigurosos (2)

#### 6.5.1.4 Asociaciones

La hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* contiene diferentes asociaciones que hacen referencia a la historia antiquísima de la isla, la arquitectura, las bellezas de la isla y a personajes de referencia en el mundo de la cultura, seleccionados de forma intencionada para ensalzar la isla y fundamentar el sistema de valores y, en definitiva, la ideología que subyace al texto de la hoja de ciudad. A continuación, se enumeran las asociaciones identificadas:

- *los famosos talayots, recintos y navetas o galeras* (pág. 1): se trata de construcciones prehistóricas que pertenecen a la cultura talayótica desarrollada en las Islas Baleares. El autor del TO las incluye en cursiva y añade la apreciación famosos (+valor social), dando por sentado que son conocidas por todo el mundo. Sin embargo, continúa explicando las últimas de este modo: *Estas últimas consistían en falsos abovedados con repisas, muros de cantos secos y puertas con dintel* (pág. 1). Esta asociación también es una expresión de apreciación>+valor social (v. realizaciones 36 de la Tabla 54);

- *Cartago* (pág. 1): desde su fundación en el siglo IX a.C., Cartago fue una potencia emergente del Mediterráneo. A partir del siglo III a.C., sus enfrentamientos con Roma acabaron la destrucción de la ciudad púnica;
- *(el cuerpo momificado de) Jaime II* (pág. 3): hace referencia a Jaime II de Aragón, apodado como “El Justo” (1267-1327). Jaime II consolidó la Corona de Aragón al declarar la unión indisoluble entre los reinos de Aragón, Cataluña y Valencia (1319) y obtuvo el vasallaje de los reyes de Mallorca;
- *las viejas ciudades de la Península* (pág. 5): el autor del TO no emplea el adjetivo viejo de forma negativa, sino todo lo contrario. Hace referencia a algo valioso por su antigüedad, al igual que sucedía en *Los jardines de España-TO*. Lo mismo sucede con *magníficas plantaciones de añosos olivos* (pág. 6) y con *bellísimas antiguas vidrieras* (pág. 3) Estas asociaciones también son expresiones de apreciación>+valor social (v. realizaciones 2, 46 y 48 de la Tabla 54);
- con el fin de ensalzar la isla, el autor del TO menciona la presencia en ella de personajes importantes relacionados con el mundo de la cultura, desde tiempos remotos hasta tiempos más cercanos. Estas asociaciones aparecen seguidas y están aglutinadas en el mismo párrafo de la pág. 6. También son expresiones directas de la apreciación>+valor social, ya que el autor del TO se vale de estos personajes para valorar Mallorca de forma positiva:
  - *el destierro de Jovellanos* (pág. 6): Gaspar Melchor de Jovellanos (1744-1811) fue un escritor, jurista y político ilustrado español. Jovellanos fue denunciado por adversarios políticos por pensar y difundir unas ideas excesivamente avanzadas para la época. El rey ordenó el encarcelamiento de Jovellanos en Mallorca, adonde llegó en abril de 1801. Durante su cautiverio, escribió algunos de sus diarios y memorias desde la celda de la Cartuja de Valldemossa y desde el Castillo de Bellver. Su experiencia en Mallorca fue dura pero también rica culturalmente, llegando a establecer una relación muy íntima con la isla y su población;
  - *la residencia de Chopin con Jorge Sand* (pág. 6): Frédéric François Chopin (1810-1849) fue un profesor, compositor y virtuoso pianista

polaco, considerado uno de los más importantes de la historia y uno de los mayores representantes del Romanticismo musical. Fue pareja de Jorge Sand, que en realidad se llamaba Amantine-Aurore Lucile Dupin de Dudevant (1804-1876), una novelista y periodista francesa, considerada una de las escritoras más populares de Europa en el siglo XIX. Más adelante, en esa misma página, se vuelve a nombrar a ambos: *En la Cartuja de Valldemosa se visita, piadosamente ya, la celda en que vivieron Jorge Sand y Chopin en 1838* (pág. 6);

- *y hacia el 900 el descanso laborioso que en la isla se tomó Ruben Darío* (pág. 6): Félix Rubén García Sarmiento, conocido como Rubén Darío (1867-1916), fue un poeta, periodista y diplomático nicaragüense, máximo representante del modernismo literario en lengua española. Durante el invierno de 1906-1907, Rubén Darío llega a Mallorca por primera vez. Se instaló en la isla por un período de medio año y su residencia se convirtió en centro de reunión de políticos, pintores, escritores y periodistas. En 1913, Rubén Darío realizó otro viaje a la isla y se instaló en la Cartuja de Valldemossa. Mallorca representa para él un símbolo místico de paisaje, de afirmación latina, de misterio del ser y la vida. En esa misma página, más adelante, se le vuelve a nombrar: *En Valldemosa firmó asimismo Ruben Darío algunos de sus mejores poemas* (pág. 6);

- *[p]intores como Rusiñol, Mir y Vázquez Díaz han fijado en el lienzo los colores que la Naturaleza presta a tan placentero rincón del mundo* (pág. 6): estos artistas fueron presencias clave de la cultura artística española de la primera mitad del siglo XX:

- *Rusiñol*: Santiago Rusiñol i Prats (1861-1931) fue un pintor, autor dramático, novelista, coleccionista y promotor cultural. Durante su carrera, viajó a Valencia, Mallorca y Aranjuez, donde pintó los claustros de los viejos monasterios, los cementerios y los calvarios de Levante;
- *Mir*: Joaquín Mir y Trinxet (1873-1940) fue un pintor catalán que ha sido considerado como el máximo exponente del postmodernismo. Algunas de sus mejores pinturas las realizó en Mallorca. Allí llegó en 1901,

acompañando a Santiago Rusiñol, donde descubrió la luz del Mediterráneo;

- *Vázquez Díaz*: Daniel Vázquez Díaz (1882-1969) pintor español, que fue una referencia esencial para buena parte de los pintores que protagonizaron las vanguardias y el movimiento renovador de los años veinte y treinta.
- *[a] cinco kilómetros de Valldemosa está Miramar, posesión espléndida que fué del Archiduque Luis Salvador de Austria* (pág. 6): Luis Salvador de Austria (1847-1915) fue un erudito y mecenas miembro de la dinastía imperial de Habsburgo. Tras su primer viaje en 1867, convirtió Mallorca en su refugio y segunda vivienda. Adquirió la bella finca de Miramar, centro y eje principal de todas sus posesiones, por la que pasaron gentes de toda clase y condición. Más adelante, se le nombra en otras dos ocasiones: *La casa del Archiduque, junto al antiguo Oratorio de la Trinidad, es de estilo netamente mallorquín* (pág. 6) y *Al lado del mar se alza La Estaca, retiro de recreo del Archiduque* (pág. 6).

#### 6.5.1.5 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

La hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* consta de 68 oraciones. De este total de oraciones: 60 son monoglósicas y 8 heteroglósicas, por lo que la voz autorial<sup>mon</sup> tiene principalmente un carácter monoglósico, como presentamos en la Tabla 56.

Analizando más en detalle las heteroglosias, seis de ellas son **contractivas** (una **negación**, cuatro **pronunciamientos** y una **afirmación**) y dos son **expansivas** (una consideración y una distancia), por lo que se puede afirmar la voz autorial<sup>mon</sup> es principalmente **contractiva**. Dentro de las heteroglosias **contractivas** destaca una **negación** y una **afirmación**. Mediante el uso de estas **contracciones**, el autor del TO persigue dejar claro que no solo merece la pena visitar la capital de la isla, sino también sus alrededores.

Al igual que sucedía en la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, el autor del TO se pronuncia (heteroglosia **contractiva**) en cuatro ocasiones resaltando información para el lector (heteroglosias 4-7 de la Tabla 56). Cabe mencionar que estas recomendaciones se concentran principalmente en las págs. 5, 6 y 7 de la hoja de ciudad. Este es el tipo de heteroglosia que más se repite y, en los cuatro casos de este análisis, se trata claramente de **pronunciamientos**. El autor del TO no pretende con ellas confrontar un



punto de vista opuesto, sino enfatizar ciertos aspectos sobre Mallorca, para centrar la atención de los lectores que no sepan mucho sobre la isla (lectores sin conocimientos). El autor del TO aconseja al lector, estableciendo una relación de solidaridad con él, pero dejando claro su punto de vista. Además, descartamos que estos *pronunciamientos* puedan ser *consideraciones*, ya que no contienen un verbo del decir, como sí sucedía en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*.

**Tabla 56. La expresión del compromiso en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*<sup>159</sup>**

mon.	1. Mallorca por su privilegiada situación en el Mediterráneo fué muy disputada por los pueblos colonizadores y navegantes de la antigüedad y Edad Media. (1)		
heteroglosia	contracción	rechazo	<b>negación</b> 2. <b>No es, con todo</b> , el encanto ciudadano de Palma, aún siendo cumbre su atractivo, —tan distinto del color tenido por más español en la característica general de las viejas ciudades de la Península,— lo que más atrae al viajero a Mallorca. (5)
		declaración	<b>afirmación</b> 3. <b>Desde luego</b> , los campos más inmediatos a la capital, y aún la Huerta y el Terreno poblados ciudadanos tocados de ruralismo, son nuncio de las maravillas naturales, recreo de los sentidos y descanso del espíritu. (6)
			<b>pronunciamiento</b> 4. <b>Son dignas de mención</b> , a Oriente de la plaza de Cort, las dos iglesias góticas, de Santa Eulalia, de estilo muy semejante al de la catedral, restaurada en 1808, y de San Francisco de Asís, construida de 1281 a 1317. (5) 5. En esta última <b>son de notar, por modo especial</b> , una puerta en estilo plateresco-barroco, la tumba del beato Raimundo Lulio por Francisco Sagrera y un claustro delicioso en su poético abandono. (5) 6. De Sóller a Pollensa el espectáculo es grandioso, <b>siendo de notar</b> en las cercanías el torrent de Pareys. (6) 7. De las fiestas populares de Palma <b>es digna de ser citada</b> la feria de Ramos a Pascua, que se celebra en la Rambla. (7)
	expansión	consideración	8. Desde el mar ofrece extendida por suave prominencia, un golpe de vista magnífico, destacándose en primer término sobre el caserío las torrecillas góticas de la Lonja, junto al cauce antiguo del torrente llamado la Riera, que <b>debió ser</b> un tiempo río navegable, y hoy está convertido en paseo a la derecha, la masa de la Catedral, contigua al palacio imponente de los reyes mallorquines. (2)
		atribución	<b>distancia</b> 9. No hay sino restos del Alcázar magnífico que <b>se dice</b> se elevaba en aquel lugar. (3)

<sup>159</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

En cuanto a la expresión del compromiso, la voz autorial<sup>mon</sup> traducida mantiene el carácter predominantemente monoglósico de la original. Resulta interesante la traducción de los cuatro casos en los que el autor del TO se pronuncia resaltando información importante para el lector (v. Tabla 57). El autor del TO realiza los *pronunciamientos* a través de oraciones impersonales en español. El traductor mantiene las oraciones impersonales en alemán en dos de los casos (*pronunciamientos* 1 y 2) y, en uno de ellos (*pronunciamiento* 3), interviene de forma más explícita al usar el verbo conjugando en primera persona del plural, lo que establece una relación de solidaridad con el lector más directa, como ya hemos apuntado en el análisis de la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*. En el resto de los *pronunciamientos* se mantienen las oraciones impersonales y uno de ellos se omite al eliminarse el párrafo que lo contenía.

**Tabla 57. La traducción de los pronunciamientos en *Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup>***

N.º	TO	TM
1	<b>Son dignas de mención</b> , a Oriente de la plaza de Cort, las dos iglesias góticas, de Santa Eulalia, de estilo muy semejante al de la catedral, restaurada en 1808, y de San Francisco de Asís, construida de 1281 a 1317. (5)	<b>Es verdienen erwähnt zu werden</b> im Osten des Plaza de Cort die beiden gotischen Kirchen, Santa Eulalia, 1808 restauriert, ihr Stil gleicht dem der Kathedrale; ferner San Francisco, 1281-1317 erbaut. (5)
2	En esta última <b>son de notar, por modo especial</b> , una puerta en estilo plateresco-barroco, la tumba del beato Raimundo Lulio por Francisco Sagrera y un claustro delicioso en su poético abandono. (5)	In der letzten der beiden genannten Kirchen <b>sind besonders hervorzuheben</b> : ein Tor im Barock-Platereskenstil, das Grab des frommen Raimundo Lulio von Francisco Sagrera und ein herrlicher Kreuzgang in poetischer Verlassenheit. (5)
3	De Sóller a Pollensa el espectáculo es grandioso, <b>siendo de notar</b> en las cercanías el torrent de Pareys. (6)	Von Soller nach Pollensa ist das landschaftliche Schauspiel einfach grossartig, <b>wir nennen</b> in der weiteren Umgebung den "torrent des Pareys". (6)
4	De las fiestas populares de Palma <b>es digna de ser citada</b> la feria de Ramos a Pascua, que se celebra en la Rambla. (7)	[omisión]

### 6.5.2 Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de *Palma de Mallorca*

En términos generales, la expresión del sistema de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida no varía demasiado con respecto al de la voz autorial<sup>mon</sup> original. Las variaciones más interesantes están relacionadas con los seis segmentos que el traductor omite. Siguiendo la tendencia observada en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, las omisiones no afectan a oraciones completas.

La Tabla 58 incluye todos los segmentos omitidos en español junto con una breve descripción de la omisión.

Sin duda, las omisiones más llamativas son las referidas a la expresión directa del juicio sobre la marina de Mallorca (omisión 2) y la escuadra inglesa en el Mediterráneo (omisión 3), donde el traductor no entra a valorar ni la marina mallorquina ni la escuadra inglesa, como sí hacía el autor del TO.

El traductor también omite algunas expresiones directas de apreciación (+valor social/+reacción) sobre aspectos de la isla (omisiones 4, 5 y 6) y algunas asociaciones (omisiones 2 y 4), decisión que implica que la expresión de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida sea más directa que la de la voz autorial<sup>mon</sup> original.

**Tabla 58. Las omisiones en *Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup>***

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>160</sup>	Descripción de la omisión
1	(...) Schon viele Jahrhunderte vor der christlichen Aera errichtete ein Volk, dessen Abstammung uns unbekannt ist, hier die berühmten "talayots", "taulas" und "navetas" (prähistorische Steinmonumente). <u>[Estas últimas consistían en falsos abovedados con repisas, muros de cantos secos y puertas con dintel.]</u> (...) (1)	Omite la descripción de los monumentos prehistóricos mallorquines, que es una asociación, y los explica entre paréntesis (compensación).
2	(...) Wegen seiner bevorzugten Lage im Mittelmeer war Mallorca von den schiffahrenden Völkern des Altertums und des Mittelalters sehr umstritten. <u>[Su marina propia cobró gran impulso al decaer Cartago.]</u> (...) (1) (fin de la página)	Omite una alabanza a la marina de Mallorca. Omite la personificación y asociación sobre Cartago.
3	(...) Die Insel hat einen ausgezeichneten natürlichen Hafen, in den sich häufig das [gran] englische Mittelmeergeschwader zurückzieht. (...) (2)	Omite el adjetivo valorativo de juicio (+capacidad) sobre la escuadra inglesa en el Mediterráneo.
4	(...) Die Fenster, ein Teil derselben ist vermauert, weisen vor allem im westlichen Flügel sehr schöne Glasmalereien <u>[antiguas]</u> auf. (...) (3)	Omite una apreciación directa que también es una asociación.
5	(...) Nicht weit von dort zeigt man in der Kirche von Monte-Sion eine wertvolle Altarwand des 15. Jahrhunderts. Unter den <u>[grandes]</u> Häusern und Palästen, welche Palma den Anstrich verblichener Adelswürde geben, nennen wir einige charakteristische Gebäude. (...) In der Strasse Serra, im Garten des Hauses Font und Roig sind noch Reste eines arabischen Bades aus dem 10. Jahrhundert erhalten. <u>[La más hermosa vista del mar y las montañas circundantes se disfruta desde el Castillo de Bellver.]</u> (...) (5)	Omite el adjetivo valorativo de apreciación (+valor social) sobre las casa y palacios mallorquines.  Omite toda la oración que contenía una apreciación>+reacción graduada mediante un superlativo.

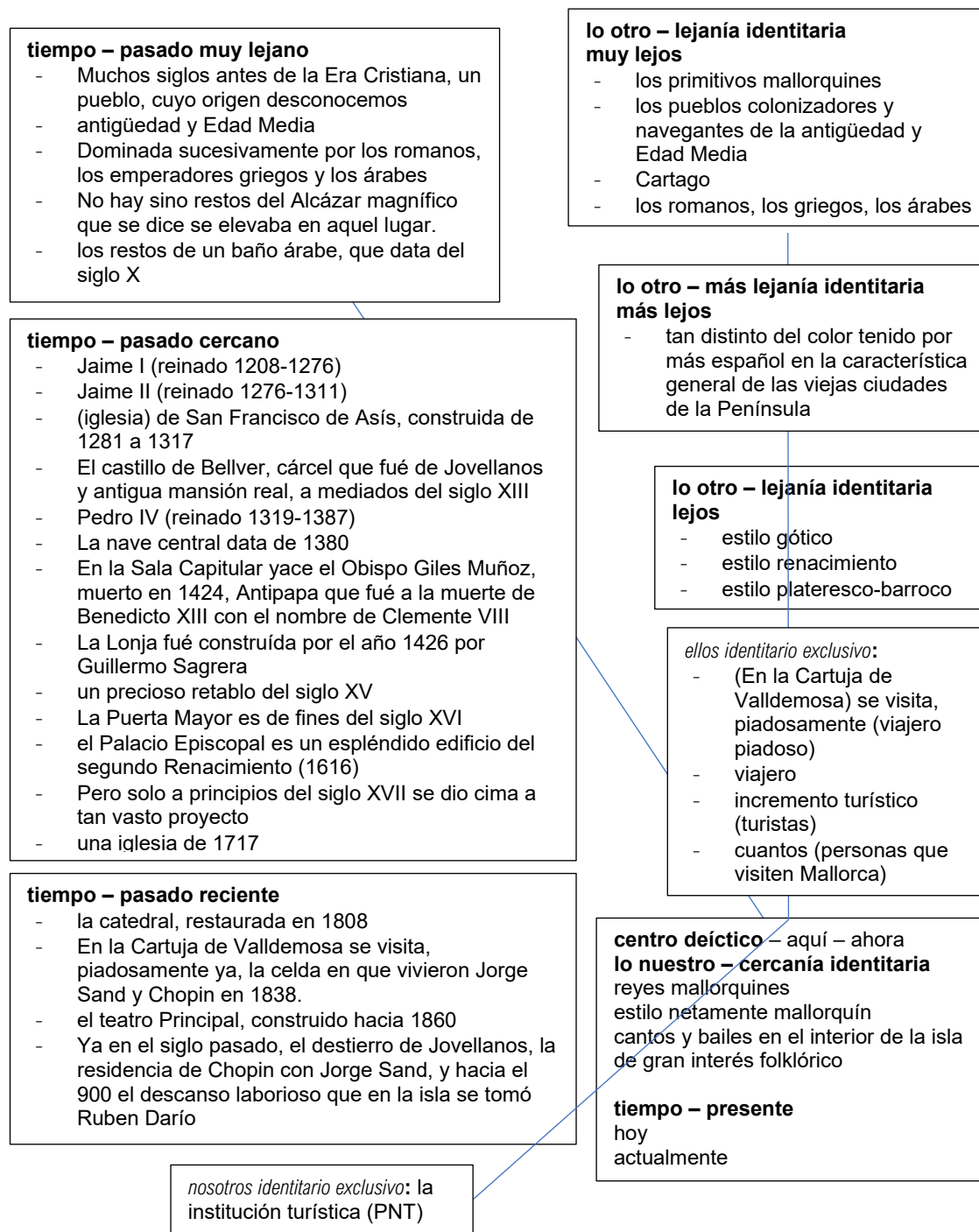
<sup>160</sup> Insertamos los segmentos/elementos omitidos en español, subrayados y entre corchetes.

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>160</sup>	Descripción de la omisión
6	<p>(...) _Weitere interessante Ausflüge sind Pollensa, Formentor und Alcudia, das Kloster Lluch, Andraitx, Estallens, Bañalbufar, Esporlas, Capdepera und Cala Ratxada, sowie Puig de San Salvador de Felanitx und andere mehr. <u>[y a las numerosísimas y encantadas calas.]</u></p> <p><u>[De las fiestas populares de Palma es digna de ser citada la feria de Ramos a Pascua, que se celebra en la Rambla. Consérvanse cantos y bailes en el interior de la isla de gran interés folklórico.]</u></p> <p>(...) (7)</p>	<p>Omite un doblete sobre las calas mallorquinas.</p> <p>Omite el último párrafo sobre las fiestas populares, cantos y bailes que contiene un <i><b>pronunciamento</b></i>.</p>

### 6.5.3 Posición deíctica en la versión monárquica de *Palma de Mallorca* y su traducción al alemán

En la Figura 14 analizamos los marcadores temporales, espaciales e identitarios de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*.

**Figura 14. La posición deíctica en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*<sup>161</sup>**



<sup>161</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

Como muestra la figura anterior, los marcadores temporales son los más abundantes, sobre todo los de pasado cercano. Esto concuerda con el interés del autor del TO por destacar la antigüedad de la isla y de hechos y personajes históricos del pasado cercano. Llama la atención la ausencia de marcadores identitarios inclusivos en el propio centro deíctico y las numerosas referencias identitarias lejanas. El autor del TO se distancia de “lo español” de las ciudades de la Península y las sitúa como algo lejano, frente a la cercanía de “lo netamente mallorquín”. Los indicadores identitarios exclusivos son también bastante variados, como veremos en lo que sigue. En cuanto a la figura de la posición deíctica en la traducción, esta sería algo diferente a la del TO, ya que el traductor añade indicadores identitarios exclusivos relativos a la institución turística, el Patronato Nacional del Turismo, y modifica los que se refieren al futuro visitante.

Siguiendo a Munday (2012: 70-71), los indicadores de posición deíctica en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y su traducción al alemán se han clasificado en tres categorías, como mostramos en la Tabla 59.

El autor del TO utiliza la primera persona del plural únicamente de una forma: el verbo conjugado en primera persona del plural (v. realización 3).

En la primera categoría deíctica (*nosotros espacio-temporal inclusivo*) el traductor añade una realización (realización 1). Esto implica que el traductor intenta formar más equipo con el lector que el autor del TO.

En la segunda categoría deíctica (*nosotros identitario exclusivo*) el traductor añade tres realizaciones más al optar por emplear verbos conjugados en primera persona del plural (realizaciones 2, 4 y 5). Una de ellas se corresponde con un ***pronunciamiento*** impersonal de la voz autorial<sup>mon</sup> original (realización 5). Este hecho ya se había apuntado en el apartado anterior, lo que constata una vez más la afirmación de Munday (2012: 68) de que la posición deíctica está relacionada con el recurso valorativo del compromiso.

Como puede observarse de la realización 6 a la 9, el autor del TO apela directamente de cuatro formas a los futuros visitantes. Estas realizaciones se clasifican dentro la categoría deíctica (*ellos identitario exclusivo*). En este punto nos detendremos en el siguiente apartado.

**Tabla 59. Los indicadores de posición deíctica *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y su traducción<sup>162</sup>**

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>163</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros espacio-temporal inclusivo</i>	la institución turística (PNT) y los lectores (futuros visitantes)	<b>1</b>	[ <b>correspondencia TO</b> ] (...) [Ø] así como el palacio Berga-Zaforteza, en la próxima calle de la Unión. (4)	[ <b>realización añadida</b> ] In der nächsten Strasse “de la Union” <b>sehen wir</b> den Palast Berga-Zaforteza. (3)
<i>nosotros identitario exclusivo</i>	la institución turística (PNT)	<b>2</b>	[ <b>correspondencia TO</b> ] <b>Se ignora</b> el origen de los primitivos mallorquines. (1)	[ <b>realización añadida</b> ] <b>Wir wissen nichts</b> über die Herkunft der ersten Bewohner Mallorcas. (1)
		<b>3</b>	Muchos siglos antes de la Era Cristiana, un pueblo, cuyo origen <b>desconocemos</b> , levanta en Mallorca los famosos talayots, recintos y navetas o galeras. (1)	Schon viele Jahrhunderte vor der christlichen Aera errichtete ein Volk, dessen Abstammung <b>uns unbekannt ist</b> , hier die berühmten “talayots”, “taulas” und “navetas” (prähistorische Steinmonumente). (1)
		<b>4</b>	[ <b>correspondencia TO</b> ] Entre las grandes casas y palacios que confieren a Palma rancia nobleza, <b>pueden citarse</b> algunos edificios característicos: tal el número 2 de la calle de Zavella, y los que avaloran con magnífico empaque arquitectónico las calles de Lulio y de Morey. (5)	[ <b>realización añadida</b> ] Unter den Häusern und Palästen, welche Palma den Anstrich verblichener Adelswürde geben, <b>nennen wir</b> einige charakteristische Gebäude. (5)
		<b>5</b>	[ <b>correspondencia TO</b> ] De Sóller a Pollensa el espectáculo es grandioso, <b>siendo de notar</b> en las cercanías el torrent de Pareys. (6)	[ <b>realización añadida</b> ] Von Soller nach Pollensa ist das landschaftliche Schauspiel einfach grossartig, <b>wir nennen</b> in der weiteren Umgebung den “torrent des Pareys”. (7)

<sup>162</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).

<sup>163</sup> Las correspondencias en el TO se indican en color verde.

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>163</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>ellos identitario exclusivo</i>	el futuro visitante	<b>6</b>	No es, con todo, el encanto ciudadano de Palma, aún siendo cumbre su atractivo, —tan distinto del color tenido por más español en la característica general de las viejas ciudades de la Península,— lo que más atrae al <b>viajero</b> a Mallorca. (5)	Jedoch ist es nicht der Reiz der Stadt Palma als solche, obgleich dieser gewiss in ihr seinen Höhepunkt erreicht, welcher den <b>Fremden</b> nach Mallorca zieht, um das in seiner Färbung so verschiedene Stadtbild von dem was als rein spanisch in der allgemeinen Charakteristik der alten Städte der Halbinsel angesprochen wird, zu bewundern. (5)
		<b>7/8</b>	Ya en el siglo pasado, el destierro de Jovellanos, la residencia de Chopin con Jorge Sand, y hacia el 900 el descanso laborioso que en la isla se tomó Ruben Darío, atribuyen a Mallorca cierto romanticismo desinteresado, que ha sido causa de incremento <b>turístico</b> y razón de que sigan igual camino <b>cuantos</b> gustan de abandonarse a la caricia de la Naturaleza. (6)	Schon im vergangenen Jahrhundert trugen die Landesverweisung Jovellanos, der Aufenthalt Chopins mit George Sand und die arbeitsame Erholung welche Ruben Darío gegen 1900 auf dieser Insel suchte dazu bei, Mallorca mit einer gewissen Romantik zu umgeben, welche die Ursache einer stets wachsenden Zunahme von <b>Touristen</b> ist und solcher <b>Reisenden</b> , die sich gerne und willig den einschmeichelnden Schönheiten der Natur hingeben. (6)
		<b>9</b>	En la Cartuja de Valldemosa <b>se visita</b> , piadosamente ya, la celda en que vivieron Jorge Sand y Chopin en 1838. (6)	In der Karthause von Valldemosa <b>besucht man</b> heute mit einem Gefühl andächtiger Erinnerung die Zelle, welche George Sand und Chopin 1828 bewohnten. (6)



#### 6.5.4 Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de *Palma de Mallorca* y su traducción

Tal y como hemos explicado en el apartado anterior, el autor del TO apela directamente a los (lectores-)futuros visitantes de cuatro formas (v. realizaciones en el TO, 6-9 de la Tabla 59).

La realización *viajero*, la número 6 de la Tabla 59, es una clara apelación al grupo *ellos identitario exclusivo*. Algo más difíciles de identificar son las realizaciones 7 y 8 de la Tabla 59, que explicamos a continuación. La realización 7, *incremento turístico*, se refiere al *incremento de turistas*, por lo que la incluimos dentro de esta categoría. Lo mismo sucede con la realización 8 *cuantos gustan de abandonarse a la caricia de la Naturaleza*, en la que el pronombre *cuantos* hace referencia a las personas que visiten la isla. Por último, en la realización 9, el autor del TO describe cómo ha de ser ese futuro viajero que visite la Cartuja de Valldemosa: piadoso. También ha de ser un viajero interesado por los alrededores más rurales y no solo por el turismo urbano.

Otra pista que deja el autor del TO en la voz textual y que nos da información sobre el lector-visitante es la siguiente. El autor del TO escoge de forma intencionada personajes del mundo de la cultura para promocionar la isla. Esto implica que el autor del TO da por sentado que el lector-visitante los conoce. Se dirige, por tanto, a un lector culto que podría comprender adecuadamente el sistema de valores de la hoja de ciudad.

En cuanto a la traducción de las apelaciones a los futuros visitantes (v. realizaciones en el TM, 6-9 de la Tabla 59), el traductor decide optar por el término *Fremden* [*forastero*] para *viajero*, lo que implica distancia —alguien extraño, alguien desconocido— y podría interpretarse como un intento de desalinearse del lector o como un intento de solidarizarse, al adelantarle al lector la identidad que le asignarán los lugareños cuando ponga un pie en la isla. Por el contrario, para la traducción las realizaciones 7/8 emplea términos más específicos. Traduce *incremento turístico* por *Touristen* [*turistas*] y *cuantos* por *Reisenden* [*viajeros*]. Esto nos hace pensar que el traductor quería dirigirse de forma más explícita al lector. En la realización 9, el traductor mantiene en alemán la impersonalidad de la versión original en español y mantiene el mismo perfil del viajero que visitará este lugar.

En cuanto a la posición del lector, al igual que ocurre en la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y en la hoja de ciudad de *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, consideramos que el autor del TO construye un lector *complaciente*, prueba de ello serían la ausencia de

lenguaje figurado y los escasos ejemplos de valoraciones indirectas. En la línea ya observada, el traductor apostaría por generar una lectura complaciente que sea mucho más clara, omitiendo información del TO y usando más indicadores de posición deíctica en la traducción.

Como ya hemos señalado anteriormente, creemos que estas decisiones que toma el traductor podrían responder a un intento por simplificar el texto para facilitar su lectura al lector-visitante alemán.

#### **6.5.5 Patrón valorativo en la versión monárquica de *Palma de Mallorca* y su traducción al alemán: un viaje “de ocio y de recreo” por Palma de Mallorca**

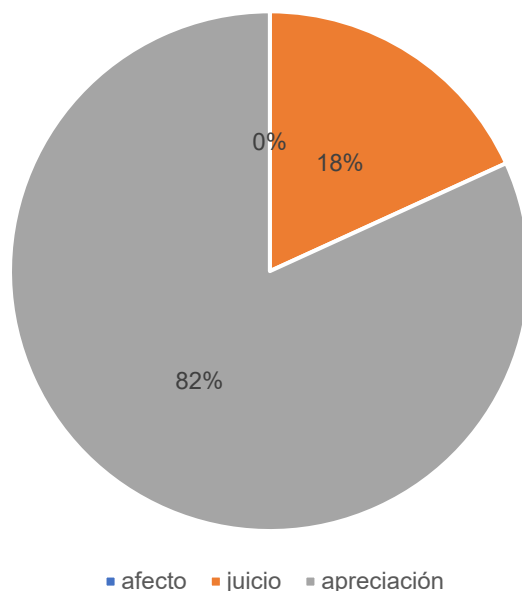
En esta hoja de ciudad, la voz del promotor turístico persigue promocionar la isla de Mallorca en su totalidad y resaltar sus alrededores como destino turístico igual de relevante que su capital. Observamos que los fragmentos textuales dedicados a cada zona de la isla tienen su propia axiología.

Para expresar ese matiz “de ocio y recreo” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (94%) casi toda la actitud;
- cuando lo hace, puntualmente, de forma **indirecta** (6%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (96%) y, puntualmente, de signo **negativo** (4%);
- se expresa, principalmente, a través de la **apreciación** (82%), y en menor medida a través del **juicio** (18%). El afecto no tiene ninguna realización (v. Figura 15);
- expresa la carga actitudinal de forma muy graduada, principalmente, a través de **fuerza intensificada mediante lexemas aislados y superlativos**;
- emplea **categorías híbridas** en numerosas **expresiones indirectas** de actitud y **asociaciones**;
- se presenta, principalmente, de forma **monoglósica** y, puntualmente, utiliza **heteroglosias** (*contractivas* > *pronunciamiento*, excepto en un caso);

- **no** recurre al empleo de **indicadores de posición deíctica** pertenecientes a las categorías **inclusivas**.

**Figura 15. El sistema de la actitud en la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***



El aspecto que más llama la atención del TO es que la voz autorial<sup>mon</sup> original no contenga ningún indicador de posición deíctica perteneciente a la categoría *nosotros identitario inclusivo* (todos los españoles) ni a la categoría *nosotros espacio-temporal inclusivo* (PNT y lectores), que sí están presentes en otros estudios de caso. Esto podría interpretarse como un intento de distanciarse del lector, no persigue formar equipo con él, sino dejar claro su punto de vista, lo que tendría lógica, ya que Mallorca era un destino turístico con suficiente peso, en el que no era necesario llevarse al lector a su terreno. Otra posible interpretación es que el autor del TO buscara dar importancia a lo mallorquín, alejado de lo típicamente español.

En cuanto a la traducción al alemán de la hoja de ciudad, el traductor, aunque parece que intenta imitar la configuración de la voz autorial original, deja su impronta en el texto traducido y realiza modificaciones que repercuten en la pérdida de intensidad axiológica con respecto a la voz autorial<sup>mon</sup> original. En el plano de la actitud, lo más destacable son las omisiones que realiza el traductor y que afectan, principalmente, a juicios, asociaciones y apreciaciones. Por un lado, el traductor omite dos juicios directos en los que se valoraba de forma positiva la marina mallorquina y la escuadra inglesa, por lo que no entra a valorar ni una ni otra. Por otro, omite un juicio indirecto, que es una personificación y asociación (categoría híbrida), así como una asociación relativa a la

antigüedad. Respondiendo también quizás a esta estrategia, el traductor explicita otra de las asociaciones y apreciación directa (categoría híbrida) entre paréntesis: *die berühmten "talayots", "taulas" und "navetas" (prähistorische Steinmonumente)*. Además, el traductor omite algunas apreciaciones directas que restan importancia a Mallorca y cambia el signo de la valoración sobre las Cuevas de Artá (pág. 7) de positivo a negativo<sup>164</sup>, lo que sugiere que no ha entendido bien este elemento actitudinal.

En cuanto al compromiso y a la posición deíctica, siguiendo la tendencia ya observada en el análisis de *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, el traductor formula uno de los **pronunciamientos** impersonales empleando el verbo conjugado en primera persona del plural. En general, el traductor añade más indicadores de posición deíctica (identitarios exclusivos) que incluyen el verbo conjugado en la primera persona del plural. Mediante este tipo de indicadores, el traductor no busca formar equipo con el lector-visitante alemán, sino dejar claro quién es la institución turística, el Patronato Nacional del Turismo, la figura de autoridad responsable de la publicación que garantiza la exactitud de los contenidos de la hoja de ciudad. Por último, mientras el autor del TO emplea términos más ambiguos para referirse al futuro visitante de Palma de Mallorca, el traductor, por el contrario, emplea términos más concretos.

Todos estos resultados son pruebas textuales de la agentividad del traductor, que deja estas huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida (principalmente, en los sistemas de la actitud, del compromiso y en la posición deíctica), lo que demuestra su implicación y cierto distanciamiento con respecto al original. En este caso, también creemos que las modificaciones que realiza el traductor repercuten en el sistema axiológico de la hoja de ciudad, tal y como desarrollamos a continuación.

## **6.6 Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad *Palma de Mallorca***

El Patronato Nacional del Turismo dedicó una hoja de ciudad a la isla de Mallorca, estructuró la publicación sobre la base de un eje geográfico y se valió de elementos verbales y no verbales para valorar las diferentes zonas de la isla, como hemos revisado en los epígrafes anteriores.

---

<sup>164</sup> (El camino a) las no menos célebres Cuevas de Artá (pág. 7) » (Der Weg nach) der weniger berühmten Höhle de Artá (pág. 7).

Esta isla española, situada en la parte central del archipiélago balear, ha sido, desde los comienzos de la industria turística española, uno de los destinos turísticos más visitados. Antiguamente era también conocida como “La isla de la calma”<sup>165</sup> y tanto las bellezas naturales como el clima mediterráneo la convierten en un lugar de ensueño para visitantes de todo el mundo, sobre todo del norte de Europa.

Como sucede en otras publicaciones turísticas, el PNT valora de forma positiva las bellezas naturales y arquitectónicas de la ciudad de Palma de Mallorca y de la isla de Mallorca al completo, incluidos los alrededores de la capital. Además, ensalza el valor de la isla desde tiempos remotos hasta tiempos más cercanos.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en la versión monárquica de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca*. En este caso, la voz del promotor turístico invita al lector-visitante a realizar un viaje turístico por toda la isla y presenta tres zonas geográficas, cada una con su propia axiología.

En la Figura 16 representamos mediante circunferencias cada una de las tres zonas geográficas que relacionamos con unas valoraciones representativas. El PNT resalta el interés turístico de toda la isla: no solo de la ciudad de Palma, sino también de sus alrededores más rurales. De hecho, se sirve de las herramientas que le proporcionan los sistemas de la graduación y de las heteroglosias contractivas para invertir más en la promoción explícita de los alrededores de Palma. Por ejemplo, emplea la graduación>foco>agudizado para hacer hincapié en la belleza de *sus alrededores verdaderamente sorprendentes y sin par* (pág. 5) que son *lo que más atrae al viajero a Mallorca* (pág. 5) (obsérvese el uso del superlativo). Incluye estas valoraciones sin desmerecer a la capital Palma de Mallorca, que es *cumbre su atractivo* (pág. 5). Además, con el fin de reforzar esta posición, selecciona diferentes personajes importantes del mundo de la cultura que escogieron la isla para su estancia laboriosa o de ocio (v. Asociaciones).

Estructuralmente, puede afirmarse que las valoraciones más significativas (indirectas>asociaciones relacionadas con las alabanzas de los alrededores de la capital), los indicadores de posición deíctica y las heteroglosias se concentran en torno a las últimas páginas de la hoja de ciudad (págs. 5, 6 y 7). Parece que es en los

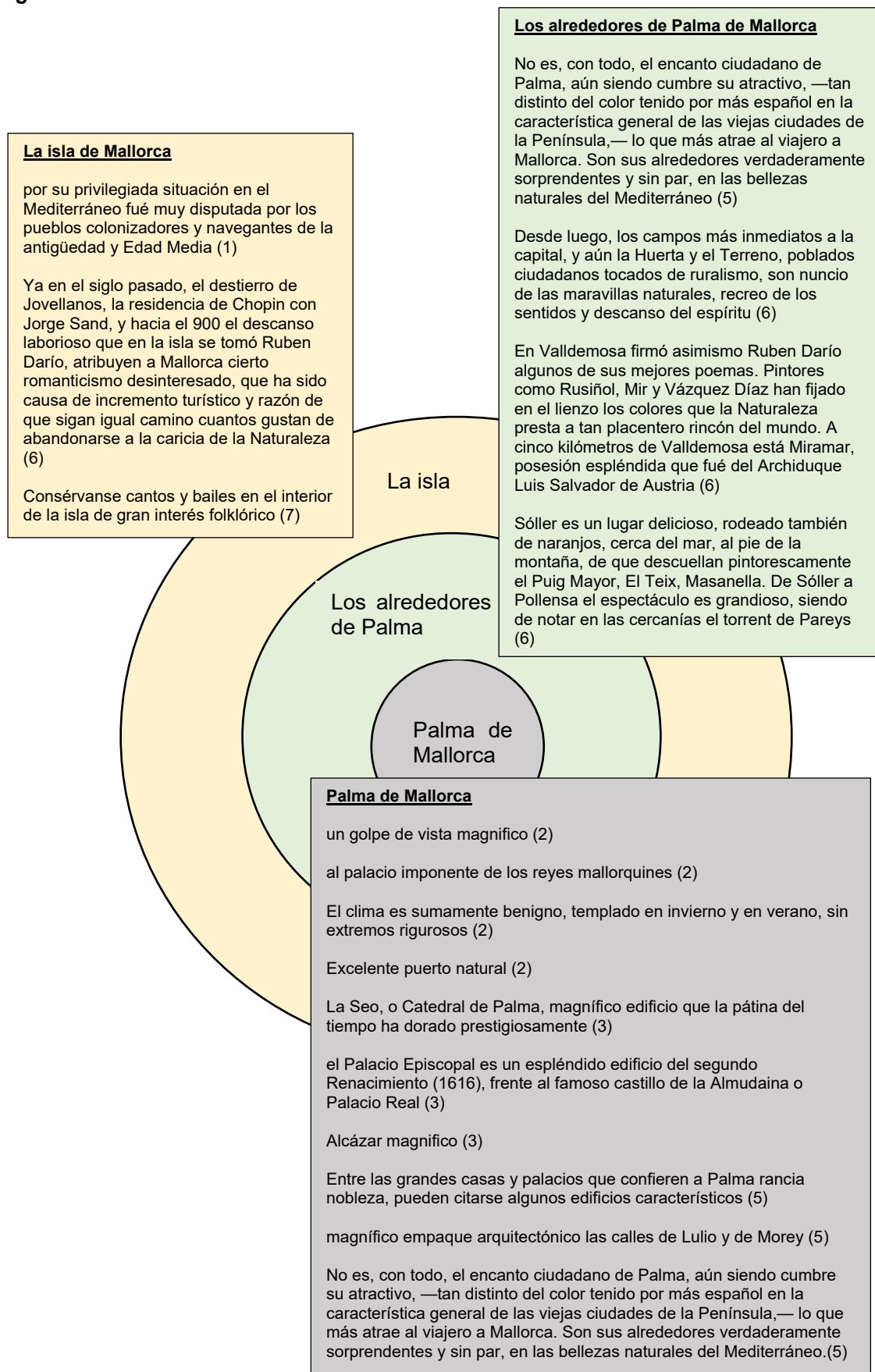
---

<sup>165</sup> *L'illa de la calma* (1913) de Santiago Rusiñol i Prats (1861-1931).

fragmentos finales de la hoja de ciudad donde el autor del TO se implica más, al igual que sucedía en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*.

En cuanto a la traducción de la hoja de ciudad, creemos que las variaciones que introduce el traductor y las omisiones que realiza sí repercuten en cierta pérdida axiológica del TO, al igual que sucedía en la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*.

**Figura 16. El sistema de valores en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***



## 6.7 Análisis microtextual de la versión monárquica de la hoja de ciudad *Cádiz* y su traducción al alemán

Antes de continuar con la presentación de los resultados obtenidos del análisis microtextual la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*<sup>166</sup> y de su traducción al alemán<sup>167</sup>, nos gustaría señalar que esta no es el primer acercamiento que se realiza a este ejemplar. Durante el proceso de elaboración de esta tesis doctoral, su autora ha publicado una contribución basada en esta hoja de ciudad y su traducción al alemán.

La publicación “Los comienzos del discurso turístico institucional en España a través de la hoja de ciudad *Cádiz* en español y su traducción al alemán: estudio lingüístico y traductológico” (Valdenebro Arenas 2020: 33-42) fue un estudio piloto para esta tesis doctoral en el que se aplicó el modelo de análisis del discurso que propone la Teoría de la Valoración a la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* y su traducción, con el fin de verificar su utilidad. El objetivo era poner a prueba las herramientas teóricas y metodológicas que ofrece la Teoría de la Valoración para identificar las dificultades de su aplicación y adaptarlas al tipo de discurso de los textos que constituyen el objeto de estudio de esta tesis doctoral. En la presente investigación retomamos los resultados y las conclusiones obtenidos de este estudio, y los complementamos con un análisis riguroso desde otras perspectivas del ejemplar en cuestión, aportando nuevos datos al respecto.

### 6.7.1 Expresión de la valoración en la hoja de ciudad *Cádiz* y su traducción al alemán

#### 6.7.1.1 Expresión directa e indirecta del juicio

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por emplear expresiones directas de juicio que pertenecen a la subcategoría de la estima social (v. Tabla 60) y hacen referencia:

- a las habilidades (+ capacidad) de las danzarinas gaditanas, de artistas como Murillo, el Greco, la Roldana, Martínez Montañés, Arce y otros, Perea y sus discípulos, y del compositor gaditano Manuel de Falla;

---

<sup>166</sup> La hoja de ciudad *Cádiz* y su traducción al alemán se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.221.

<sup>167</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.



- a la resistencia (+tenacidad) de los marinos gaditanos.

Siguiendo con la tendencia ya señalada en los análisis microtextuales anteriores, hemos identificado seis expresiones directas de juicio (realizaciones 2, 3, 5, 6, 7 y 8 de la Tabla 60) que son también expresiones directas de apreciación (realizaciones 53/54, 59, 62, 63, 64 y 67 de la Tabla 62). Como sabemos, mediante estas expresiones de actitud de carácter híbrido el autor del TO valora explícitamente la obra y a su creador.

**Tabla 60. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *Cádiz<sup>mon</sup>***

estima social	
+ capacidad	
1.	la gracia de sus danzarinas [danzarinas gaditanas] (1)
2.	un magnífico Cristo atribuido de siempre a Martínez Montañés, aunque está más en el estilo de Pedro Roldán (5)
3.	además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», (no terminado por el genial artista) [Murillo] (5)
4.	el genial artista [Murillo] (5)
5.	un maravilloso Greco [el Greco] (5)
6.	cuadros y esculturas de <b>gran</b> mérito. Se deben éstas a la Roldana, Martínez Montañés, Arce y otros (6)
7.	el asombroso San Bruno, del segundo [Martínez Montañés] (6)
8.	Notabilísima es la sillería del coro, obra del escultor Perea y sus discípulos (6)
9.	al gran compositor gaditano Manuel de Falla (7)
+ tenacidad	
10.	el ánimo esforzado de sus marinos [marinos gaditanos] (1)

El autor del TO valora, asimismo, de forma indirecta la habilidad, fortaleza y la honradez de algunos monarcas españoles, como Alfonso el Sabio, y los ciudadanos de Cádiz. Este hecho contrasta con los juicios que emite sobre la ausencia de honradez de godos, normandos, moros, ejércitos napoleónicos e ingleses, quienes saquearon, destruyeron y sitiaron Cádiz. Tal y como podemos observar en las realizaciones 8/6, 11 y 3/12 de la Tabla 61, este tipo de valoraciones (positiva sobre lo nacional versus negativa sobre lo extranjero) aparecen frecuentemente combinadas. Además, estos sintagmas vinculados a veces se presentan graduados (realizaciones 6 y 7 de la Tabla 61) o contienen asociaciones (también acompañan a asociaciones) y se concentran, sobre todo, en las págs. 2 y 5 de la hoja de ciudad.

Llama la atención cómo el autor del TO utiliza el recurso de la graduación para resaltar la negatividad de la expresión indirecta de juicio en la realización 10 de la Tabla 61. Estudiaremos este aspecto en el apartado sobre la expresión de la graduación.

Además, siguiendo con el fenómeno también ya observado en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*, a través de expresiones directas de apreciación valora de forma indirecta la habilidad de artistas y del Ayuntamiento de Cádiz. Se trata de

realizaciones de actitud que combinan la subcategoría de la apreciación directa>+composición/+valor social (v. realizaciones 15/42 y 55 de la Tabla 62 y realización 11 de la Tabla 65) y la subcategoría del juicio indirecto>+capacidad (realizaciones 1, 2 y 4 de la Tabla 61).

**Tabla 61. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>***

<b>estima social</b>
<b>+ capacidad</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>De año en año</b> aumenta su prestigio, acrecido <b>extraordinariamente</b> con las reformas introducidas <b>recientemente</b> y que han causado una transformación <b>absoluta</b> de las mismas [de las playas de Cádiz] [Ayuntamiento de Cádiz] (4)</li> <li>2. las calles de la ciudad (rectas y planas y) con cuidado pavimento [Ayuntamiento de Cádiz] (4)</li> <li>3. Las iglesias más antiguas son del siglo XVII, pues la más vieja, la de <i>Santa Cruz</i>, que fué Catedral cuando se conquistó Cádiz por Alfonso el Sabio, (fué destruída por los ingleses en 1596) (5)</li> <li>4. Hay además <b>algunos</b> cuadros de mérito [los artistas] (5)</li> <li>5. el Gran Teatro, dedicado por el Ayuntamiento <b>recientemente</b> al gran compositor gaditano Manuel de Falla (7)</li> </ol>
<b>sanción social</b>
<b>+ integridad moral</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. (Sufrió saqueos de los normandos y cayó en poder de los moros,) hasta que fué reconquistada <b>definitivamente</b> por el Rey Sabio en 1262 (2)</li> </ol>
<b>- integridad moral</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>7. En la época goda se arruinó <b>completamente</b> (1)</li> <li>8. Sufrió saqueos de los normandos (2)</li> <li>9. y cayó en poder de los moros (2)</li> <li>10. habiendo sufrido asedios y saqueos <b>continuados</b> en las <b>frecuentes</b> guerras de España con Inglaterra y Francia, quienes hicieron de Cádiz, blanco para sus escuadras (2)</li> <li>11. (la ciudad sufría con ánimo alegre) un duro sitio de los ejércitos napoleónicos (2)</li> <li>12. fué destruída por los ingleses en 1596 (5)</li> </ol>

#### 6.7.1.2 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* pertenece a la categoría de la apreciación (69 casos): +reacción (11 casos), +composición (15 casos) y, sobre todo, +valor social (43 casos) (v. Tabla 62). No se ha identificado ningún caso de apreciación de signo negativo.

Las expresiones de apreciación aluden generalmente a las bellezas naturales de Cádiz y a la grandeza de la ciudad, al ser escenario de acontecimientos importantes en la Historia de España.

**Tabla 62. Las realizaciones de la expresión de la apreciación en Cádiz-TO<sup>mon</sup>**

+ reacción
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. (ganando fama por) su belleza [de Cádiz] (1)</li> <li>2. <b>varios</b> bellos pueblos (3)</li> <li>3. una temperatura deliciosa (3)</li> <li>4. una benignidad encantadora (3)</li> <li>5. magníficos panoramas (4)</li> <li>6. encantadoras plazas (4)</li> <li>7. El barrio de la Viña es, asimismo, <b>muy</b> bello como perspectiva (4)</li> <li>8. las bellas esculturas (5)</li> <li>9. [capillas] <b>extraordinariamente</b> bellas (6)</li> <li>10. una espléndida vista de Cádiz, su bahía y el Atlántico (7)</li> <li>11. la encantadora capital andaluza (7)</li> </ol>
+ composición
<ol style="list-style-type: none"> <li>12. La situación de Cádiz es maravillosa (3)</li> <li>13. una de <b>las</b> ciudades españolas <b>más</b> marineras (3)</li> <li>14. su excepcional situación marina (3)</li> <li>15. <b>De año en año</b> aumenta su prestigio, acrecido <b>extraordinariamente</b> con las reformas introducidas <b>recientemente</b> y que han causado una transformación <b>absoluta</b> de las mismas [de las playas de Cádiz] [Ayuntamiento de Cádiz] (4)</li> <li>16. las excepcionales cualidades naturales del lugar (4)</li> <li>17. pintorescas barriadas (4)</li> <li>18. la airosísima <i>Puerta de Tierra</i> (4)</li> <li>19. (lleno de) merenderos <b>muy</b> típicos (4)</li> <li>20. (Cádiz tiene) buenas playas (4)</li> <li>21. la [playa] de la Victoria, <b>realmente</b> extraordinaria (4)</li> <li>22. el aspecto general de Cádiz es inconfundiblemente andaluz (4)</li> <li>23. el edificio rehecho es <b>muy</b> interesante (5)</li> <li>24. Tallas y alicatados curiosos (5)</li> <li>25. la bóveda plana es de <b>extraordinario</b> interés constructivo (6)</li> <li>26. notables ejemplos de arquitectura militar los castillos de Santa Catalina, San Sebastián y San Lorenzo del Puntal y la Torre (7)</li> </ol>
+ valor social
<ol style="list-style-type: none"> <li>27. ESTA ciudad (80.000 habitantes) es de origen antiquísimo, como <b>casi todas</b> las capitales andaluzas (1)</li> <li>28. la antigüedad de esta ciudad (1)</li> <li>29. las famosísimas <i>Columnas de Hércules</i> (1)</li> <li>30. la tradición de Cádiz sea ilustre (1)</li> <li>31. (ganando) fama (por su belleza y por la gracia de sus danzarinas) (1)</li> <li>32. Su tradición histórica (2)</li> <li>33. Fué punto de salida de importantes expediciones militares y comerciales a Ultramar (2)</li> <li>34. [Cádiz como] blanco para sus escuadras [las escuadras inglesas y francesas] (2)</li> <li>35. tiene la gloria (de haber sido teatro de las famosas Cortes) (2)</li> <li>36. (tiene la gloria de haber sido teatro de) las famosas Cortes (2)</li> <li>37. No es como se la llama vulgarmente una «tacita de plata» (3)</li> <li>38. un gran puerto (3)</li> <li>39. (Cádiz ocupa) el <b>primer</b> lugar entre las playas del Sur (3)</li> </ol>

40. el lugar predilecto de veraneo (para las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas como las de Extremadura) (3)
41. **De año en año** aumenta su prestigio [el prestigio de las playas de Cádiz] (4)
42. [el prestigio de las playas de Cádiz] acrecido **extraordinariamente** con las reformas introducidas **recientemente** y que han causado una transformación **absoluta** de las mismas [de las playas de Cádiz] [Ayuntamiento de Cádiz] (4)
43. [los paseos bordeando el mar] **Los más** notables son el de Canalejas, la Alameda de Apodaca y el Parque Genovés (4)
44. [el barrio] lugar popular concurridísimo (4)
45. **dos** buenos balnearios (4)
46. La antigua muralla (4)
47. (vestigios de) la riqueza monumental (5)
48. En cambio, como detalle de su grandeza en tiempos más cercanos (5)
49. **Las** iglesias **más** antiguas (5)
50. **la más** vieja [la iglesia de Santa Cruz] (5)
51. la arquitectura y decorado primitivos (5)
52. unas espadañas notabilísimas (5)
53. un magnífico Cristo atribuido de siempre a Martínez Montañés, aunque está más en el estilo de Pedro Roldán; (una pieza capital de la plástica barroca andaluza) (5)
54. (un magnífico Cristo atribuido de siempre a Martínez Montañés, aunque está más en el estilo de Pedro Roldán;) una pieza capital de la plástica barroca andaluza (5)
55. Hay además **algunos** cuadros de mérito [los artistas] (5)
56. espléndidos altares neoclásicos (5)
57. la riqueza de sus materiales, esculturas y algunos cuadros (5)
58. **Gran** riqueza de cuadros de Murillo y de sus discípulos (5)
59. además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», (no terminado por el genial artista) (5)
60. Otra de **las más** antiguas iglesias gaditanas es la de *Santiago* (5)
61. **algunas** buenas esculturas y tallas ornamentales (5)
62. un maravilloso Greco [el Greco] (5)
63. cuadros y esculturas de **gran** mérito. Se deben éstas a la Roldana, Martinez Montañés, Arce y otros (6)
64. el asombroso San Bruno, del segundo [Martínez Montañés] (6)
65. **dos** tablas primitivas (6)
66. cuadros y alhajas de **gran** valor (6)
67. Notabilísima es la sillería del coro, obra del escultor Perea y sus discípulos (6)
68. el *Museo de Pinturas*, uno de **los más** interesantes de España (7)
69. una valiosa colección de obras de Zurbarán y otros autores (7)

En la Tabla 63 recogemos las variaciones más destacables entre la voz autorial<sup>mon</sup> original y la traducida con respecto a la expresión directa de la apreciación, que revisamos aquí:

- en la realización 1, la voz autorial<sup>mon</sup> traducida pierde fuerza al singularizar lo que en la original era un sintagma nominal en plural *buenas playas* » *schönen Strand*;
- también pierde fuerza la apreciación de la realización 2, donde se elimina el superlativo en *la airosísima Puerta de Tierra*, y que parece ser un error de traducción, ya que, como podemos apreciar en la Ilustración 40, la Puerta de Tierra para ser todo menos *luftig*, que en español equivaldría a *ligero* o *aireado*. El mismo patrón se repite en la traducción de *airosa* en el doblete

de la realización 3 sobre el Tabernáculo de la Catedral de Cádiz, que presentamos en la Ilustración 41.



**Ilustración 40. Puerta de Tierra en Cádiz<sup>168</sup>**



**Ilustración 41. Tabernáculo de la Catedral de Cádiz<sup>169</sup>**

- en la pág. 5 de la hoja de ciudad el traductor añade, además, una valoración que aporta dramatismo al fallecimiento del artista: *einen frühzeitigen Tod* [lit. *una muerte temprana*] (realización 4).
- el traductor emplea la técnica de la particularización<sup>170</sup> cuando se refiere a Torre de Tavira (realización 5). Tal y como podemos observar en la Ilustración 42, la Torre de Tavira no tiene almenas, en alemán *Zinnen*, y se traduce *desde lo alto* por *von dessen Zinnen* [lit. *desde cuyas almenas*]. Tal vez el traductor se tomó ahí demasiadas licencias, al concretar ese elemento de la torre, que no existe. A esta oración le precede una enumeración sobre los castillos de Cádiz. Otra interpretación es que el traductor fuera suizo y estuviera utilizando la tercera acepción de *Zinne* del *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache* (DWDS)<sup>171</sup>.



**Ilustración 42. Torre Tavira en Cádiz<sup>172</sup>**

---

<sup>168</sup> Imagen tomada de: <https://turismo.cadiz.es/es/rutas-y-visitas-en-cadiz/puerta-de-tierra> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>169</sup> Imagen tomada de: <https://www.finasyamar.com/2014/07/la-catedral-de-cadiz.html> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>170</sup> Tal y como la definen Molina y Hurtado (2002: 500).

<sup>171</sup> 3. schweizerisch: mit einem Geländer umgebenes flaches Dach, das meist zum Wäschetrocknen dient. Disponible en: <https://www.dwds.de/wb/Zinne> [Último acceso 14.04.2023]

<sup>172</sup> Imagen tomada de: <https://www.espanaguide.com/es/cadiz/torre-tavira/> [Último acceso 14.04.2023]

**Tabla 63. Variaciones en la traducción de la expresión directa de la apreciación en Cádiz-  
 TM<sup>mon</sup>: ejemplos significativos<sup>173</sup>**

N.º	TO	TM
1	(Cádiz tiene) buenas playas (4)	(Cadix besitzt) <u>schönen Strand</u> <sup>174</sup> (mit guten Badeanlagen) (4)
2	la airosísima Puerta de Tierra (4)	in <u>luftiger</u> Bauart die Puerta de Tierra (4)
3	El tabernáculo es de esta piedra, jaspe y bronce, de líneas severas y airosas a la vez. (6)	Das Tabernakel ist aus Marmor, Japis und Bronze, es weist strenge aber doch <u>leichte</u> Linien auf. (6)
4	Gran riqueza de cuadros de Murillo y de sus discípulos existe en la de Capuchinos, destacando una concepción y un San Francisco, además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», no terminado por el genial artista, que halló la muerte cuando lo pintaba, al caer desde un andamio. (5)	Es treten besonders eine Concepción und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde «Los desposorios de Santa Catalina», welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und so einen <u>frühzeitigen</u> Tod fand. (5)
5	la Torre llamada de Tavira, desde lo alto de la cual se disfruta de una espléndida vista de Cádiz, su bahía y el Atlántico. (7)	ferner der Turm Tavira, <u>von dessen Zinnen</u> man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean genießt. (7)

Tal y como veremos más adelante en el apartado 6.7.2, el traductor omite 10 segmentos del texto origen que contenían algunas expresiones de apreciación.

### 6.7.1.3 Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada

La voz autorial<sup>mon</sup> se caracteriza por presentar las actitudes de forma graduada, generalmente, mediante fuerza intensificada a través de superlativos y lexemas aislados (v. Tabla 64).

La mayor parte de graduación de valoraciones por medio de la fuerza intensificada afecta a valoraciones pertenecientes a las subcategorías apreciación>+composición y de apreciación>+valor social.

Como ya hemos señalado con anterioridad, el autor del TO utiliza el recurso de la graduación para hacer hincapié en ciertas expresiones de juicio (v. realizaciones 6, 7 y 10 de la Tabla 61). Por ejemplo, el autor del TO resalta la negatividad de la expresión indirecta de juicio en la realización 10 de la Tabla 61: *habiendo sufrido asedios y saqueos **continuados** en las **frecuentes** guerras de España con Inglaterra y Francia, quienes hicieron de Cádiz, blanco para sus escuadras* (pág. 2).

---

<sup>173</sup> Las variaciones en el TM se indican subrayadas.

<sup>174</sup> Error de la traducción.

A continuación, incluimos tres ejemplos en cuyas valoraciones el autor del TO se implica, notablemente, al valorar directa o indirectamente de forma positiva la labor del Ayuntamiento de Cádiz (v. realizaciones 1 y 5 de la Tabla 61) y usa la graduación mediante lexemas aislados (ejemplo 1 y 2) o la repetición de tres elementos (ejemplo 3):

Ejemplo 1: *De año en año aumenta su prestigio, acrecido **extraordinariamente** con las reformas introducidas **recientemente** y que han causado una transformación **absoluta** de las mismas [de las playas de Cádiz] (pág. 4)*

Ejemplo 2: *el Gran Teatro, dedicado por el Ayuntamiento **recientemente** al gran compositor gaditano Manuel de Falla (pág. 7)*

Ejemplo 3: *las calles de la ciudad rectas y planas y con cuidado pavimento (pág. 4)*

**Tabla 64. La expresión de graduación en Cádiz-TO<sup>mon</sup>: fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados**

Superlativos	
1.	una de <b>las</b> ciudades españolas <b>más</b> marineras (3)
2.	la airosísima <i>Puerta de Tierra</i> (4)
3.	ESTA ciudad (80.000 habitantes) es de origen antiquísimo, como <b>casi todas</b> las capitales andaluzas (1)
4.	las famosísimas <i>Columnas de Hércules</i> (1)
5.	[los paseos bordeando el mar] <b>Los más</b> notables son el de Canalejas, la Alameda de Apodaca y el Parque Genovés (4)
6.	[el barrio] lugar popular concurridísimo (4)
7.	<b>Las</b> iglesias <b>más</b> antiguas (5)
8.	<b>la más</b> vieja [la iglesia de Santa Cruz] (5)
9.	unas espadañas notabilísimas (5)
10.	además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», (no terminado por el genial artista) (5)
11.	Otra de <b>las más</b> antiguas iglesias gaditanas es la de <i>Santiago</i> (5)
12.	Notabilísima es la sillería del coro, obra del escultor Perea y sus discípulos (6)
13.	el <i>Museo de Pinturas</i> , uno de <b>los más</b> interesantes de España (7)
14.	Cádiz es ciudad fuerte, robusta y andalucísima (3)
15.	La bahía de Cádiz es bellísima y amplia (3)
16.	las modernísimas y soberbias instalaciones del Grand Hotel, Casino, Piscina y servicios de la playa (4)
Lexemas aislados	
17.	Es <b>mucho</b> más. Más sal que plata. Más sol que oro (3)
18.	(Cádiz ocupa) el <b>primer</b> lugar entre las playas del Sur (3)
19.	<b>De año en año</b> aumenta su prestigio, acrecido <b>extraordinariamente</b> con las reformas introducidas <b>recientemente</b> (4)
20.	una transformación <b>absoluta</b> de las mismas [las playas de Cádiz] (4)
21.	El barrio de la Viña es, asimismo, <b>muy</b> bello como perspectiva (4)
22.	[capillas] <b>extraordinariamente</b> bellas (6)
23.	el edificio rehecho es <b>muy</b> interesante (5)
24.	la bóveda plana es de <b>extraordinario</b> interés constructivo (6)
25.	<b>Gran</b> riqueza de cuadros de Murillo y de sus discípulos (5)
26.	(Las torres, castillos y fortalezas—algunos derruidos hoy—tienen) <b>gran</b> interés histórico y pintoresco (7)

27. cuadros y esculturas de **gran** mérito. Se deben éstas a la Roldana, Martínez Montañés, Arce y otros (6)
28. cuadros y alhajas de **gran** valor (6)

Además, el autor del TO se sirve de un total de 14 sintagmas intensificados por repetición de elementos (nueve dobles, tres tripletes y dos triples dobles) que gradúan la expresión de la actitud (v. Tabla 65). De los catorce sintagmas, ocho de ellos contienen valoraciones de tipo homogéneo y seis, de tipo mixto. Según su categoría actitudinal, la mayor parte de los significados intensificados mediante esta técnica de repetición pertenecen a la categoría de la apreciación.

El autor del TO intensifica con superlativos cuatro elementos de los sintagmas intensificados, a su vez, por repetición. El siguiente párrafo de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* representa este *summum* de la graduación, ya que contiene ejemplos muy significativos de fuerza intensificada mediante superlativos y por repetición, además de lenguaje figurado y heteroglosias:

La situación de Cádiz es maravillosa. Parece construída en el extremo de una escollera que defendiese todo el interior de su extensa bahía de los rigores del Océano Atlántico. Rodeada de mar casi por todas partes, es una de las ciudades españolas más marineras. Marinera y andaluza, azul y blanca, encalada y soleada. No es como se la llama vulgarmente una «tacita de plata». Es mucho más. Más sal que plata. Más sol que oro. Cádiz es ciudad fuerte, robusta y andalucísima. Todo el paisaje gaditano es a base de mar, naturalmente. Parece una ciudad construída por y para el mar. La bahía de Cádiz es bellísima y amplia. (*Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, pág. 3)

Analizando más en detalle este párrafo, el autor del TO incluye en él varios ejemplos pertenecientes al grupo *triplete* (realización 10 de la Tabla 65) y *triple doblete* (realizaciones 13 y 14 de la Tabla 65). Concretamente, en los dos primeros ejemplos dota a la ciudad de adjetivos para describir a sus ciudadanos, y que por tanto son personificaciones:

Ejemplo 1: *Marinera y andaluza, azul y blanca, encalada y soleada* (pág. 3)

Ejemplo 2: *Cádiz es ciudad fuerte, robusta y andalucísima* (pág. 3)

Ejemplo 3: *Es **mucho** más. Más sal que plata. Más sol que oro* (pág. 3)

Además, el autor del TO invierte mucho en valorar la ciudad de Cádiz utilizando la fuerza intensificada por repetición de elementos, el lenguaje figurado y también varias heteroglosias (contractivas y expansivas), como explicamos en profundidad en el apartado 6.7.1.5.



**Tabla 65. La expresión de graduación en Cádiz-TO<sup>mon</sup>: fuerza intensificada por repetición de elementos**

	Elemento 1	Elemento 2	Tipo de valoración	
Dobletes con la conjunción copulativa “y”				
1. La bahía de Cádiz es bellísima y amplia (3)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea	
2. la excelencia y amplitud de sus playas (3)	+val (apreciación)	+com (apreciación)	mixta	
3. las modernísimas y soberbias instalaciones del Grand Hotel, Casino, Piscina y servicios de la playa (4)	+com (apreciación)	+val (apreciación)	mixta	
4. con indiscutible acierto y buen gusto (4)	+val (apreciación)	+com (apreciación)	mixta	
5. la elegancia y buen gusto de sus casas particulares (5)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea	
6. El tabernáculo es de esta piedra, jaspe y bronce, de líneas severas y airosas a la vez (6)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea	
7. Las torres, castillos y fortalezas—algunos derruidos hoy—tienen gran interés histórico y pintoresco (7)	+val (apreciación)	+com (apreciación)	mixta	
8. Aun en las estaciones extremas, el clima es suave y agradable (3)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	homogénea	
9. una temperatura suave y agradable (3)	+reac (apreciación)	+reac (apreciación)	homogénea	
	Elemento 1	Elemento 2	Elemento 3	Tipo de valoración
Triplete con la conjunción copulativa “y”				
10. Cádiz es ciudad fuerte, robusta y andalucísima (3)	+ten (juicio)	+ten (juicio)	+com (apreciación)	mixta
11. las calles de la ciudad rectas y planas y con cuidado pavimento [Ayuntamiento de Cádiz] (4)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
12. (siendo) el conjunto bello, elegante y frío [el conjunto de la Catedral] (6)	+reac (apreciación)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	mixta
	Doblete 1	Doblete 2	Doblete 3	Tipo de valoración
Triples dobles				
13. Marinera y andaluza, azul y blanca, encalada y soleada (3)	+com/+com (apreciación)	+com/+com (apreciación)	+com/+com (apreciación)	homogénea
14. Es mucho más. Más sal que plata. Más sol que oro (3)	+val (apreciación)	+val (apreciación)	+val (apreciación)	homogénea

Sin duda, uno de los cambios más significativos que realiza el traductor es la atenuación de la intensidad de la fuerza mediante la eliminación del lexema aislado (realizaciones 2, 4, 6 y 7 de la Tabla 66) o del grado superlativo de los equivalentes de los adjetivos (realizaciones 1, 3, 9, 10, 11, 12 y 13 de la Tabla 66). Por el contrario, son mucho menos frecuentes los casos (dos en total) en los que el traductor acentúa la intensidad por adición del maximizador *alle* y del grado superlativo.

**Tabla 66. La expresión de la graduación en *Cádiz-TM<sup>mon</sup>*: atenuación de la intensidad**

N.º	TO	TM
1	además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», (no terminado por el genial artista) [Murillo] (5)	ausserdem das berühmte Gemälde «Los desposorios de Santa Catalina», (welches der geniale Künstler nicht vollendete) (5)
2	cuadros y esculturas de <b>gran</b> mérito. Se deben éstas a la Roldana, Martinez Montañés, Arce y otros (6)	bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána <sup>175</sup> , Martinez Montañés, Arce und anderen (6)
3	Notabilísima es la sillería del coro, obra del escultor Perea y sus discípulos (6)	Beachtenswert ist das aus der Karthause bei Sevilla stammende Chorgestühl, welche von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde (6)
4	El barrio de la Viña es, asimismo, <b>muy</b> bello como perspectiva (4)	Auch der Stadtteil Viña bietet hübsche Ausblicke (4)
5	la airoísima <i>Puerta de Tierra</i> (4)	in luftiger Bauart die <i>Puerta de Tierra</i> (4)
6	(lleno de) merenderos <b>muy</b> típicos (4)	mit vielen typischen Gartenrestaurationen (4)
7	el edificio rehecho es <b>muy</b> interesante (5)	der Neubau ist interessant (5)
8	la bóveda plana es de <b>extraordinario</b> interés constructivo (6)	Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse (6)
9	las famosísimas <i>Columnas de Hércules</i> (1)	die berühmten Herkulesssäulen (1)
10	[el barrio] lugar popular concurridísimo (4)	ein beliebter Ausflugsort (4)
11	unas espadañas notabilísimas (5)	zwei beachtenswerte offene Glockentürme (5)
12	además del famosísimo de «Los desposorios de Santa Catalina», (no terminado por el genial artista) (5)	ausserdem das berühmte Gemälde «Los desposorios de Santa Catalina», (welches der geniale Künstler nicht vollendete) (5)
13	Otra de <b>las más</b> antiguas iglesias gaditanas es la de <i>Santiago</i> (5)	Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die <i>Kirche Santiago</i> (5)

En cuanto a la traducción de los sintagmas intensificados por repetición, existen algunas variaciones interesantes, que recogemos en la Tabla 67 y desarrollamos aquí:

- el traductor omite cuatro sintagmas intensificados por repetición (al eliminar los párrafos que los contenían) y transforma uno de los triplete en doblete (al eliminar el segundo elemento que contenía);

---

<sup>175</sup> Cabe destacar que el traductor comete un error al traducir *Roldana* por *Rodána* en *bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martinez Montañés, Arce und anderen* (pág. 6).

- en uno de los dobles (ejemplo 14) rebaja la graduación;
- en otro de los dobles (ejemplo 15) acentúa la graduación añadiendo el adverbio alemán *stets* [*siempre*];
- en uno de los tripletes (ejemplo 16) sustituye la conjunción copulativa por la conjunción disyuntiva *aber* [*pero*]. Así, el traductor añade una heteroglosia contractiva, lo que repercute en el adjetivo valorativo, que cambia de signo positivo a signo negativo. Este patrón se repite en el ejemplo 17, en este caso el traductor añade la conjunción disyuntiva *aber* [*pero*] seguida de la partícula *doch* que refuerza la conjunción;
- en cuanto a los dos triples dobles de la pág. 3 de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, los reformula y hace que desaparezcan como tal. El primero (ejemplo 18) lo traduce por un doblete seguido de una oración explicativa y el segundo (ejemplo 19) lo transforma en un triplete, lo que es una prueba más de la atenuación de la intensidad de la fuerza que realiza el traductor.

**Tabla 67. Variaciones en la traducción de los sintagmas intensificados por repetición en *Cádiz-TM<sup>mon</sup>*: ejemplos significativos**

N.º	TO	TM
14	Las torres, castillos y fortalezas—algunos derruidos hoy—tienen <b>gran</b> interés histórico y pintoresco (7)	Ferner sind von historischem und malerischem Interesse (die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen) (7)
15	Aun en las estaciones extremas, el clima es suave y agradable (3)	Und selbst der heisseste Sommer oder der strengste Winter sind hier <b>stets</b> erträglich und angenehm (3)
16	(siendo) el conjunto bello, elegante y frío [el conjunto de la Catedral] (6)	Der Gesamteindruck ist schön und elegant, <b>wohl</b> aber kalt (6)
17	El tabernáculo es de esta piedra, jaspe y bronce, de líneas severas y airosas a la vez (6)	Das Tabernakel ist aus Marmor, Japis und Bronze, es weist strenge aber <b>doch</b> leichte Linien auf (6)
18	Marinera y andaluza, azul y blanca, encalada y soleada (3)	Seemännisch und andalusisch erstrahlt Cadix im Glanze seiner weissen Häuser unter einem blauen Himmel in leuchtender Sonne (3)
19	Es <b>mucho</b> más. Más sal que plata. Más sol que oro (3)	es ist <b>viel</b> mehr, mehr als Silber und mehr als Gold (3)

#### 6.7.1.4 Asociaciones

La hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* contiene diferentes asociaciones que aluden a la historia antiquísima de Cádiz y al pasado glorioso de la ciudad (y también de España). Tal y como apuntamos en los análisis microtextuales anteriores, si el traductor no entiende correctamente estas asociaciones, le será complicado comprender el sistema de valores que subyace al texto de la hoja de ciudad en su totalidad. La mayor parte de ellas se aglutinan en las págs. 2 y 5 de la hoja de ciudad, acompañando a expresiones

indirectas del juicio, como se ha señalado anteriormente. A continuación, se incluyen las asociaciones identificadas:

- *[d]espués de factoría fenicia, fué colonia cartaginesa y, al ser conquistada por Roma, mereció del Imperio la consideración de ciudad franca y aliada* (pág. 1): *Roma* equivale a *el Imperio Romano*. Julio César le concedió el título de *civitas federata* al Senado romano. La ciudad alcanza una gran prosperidad en la época romana. Se construyen anfiteatros, acueductos y se convierte en la segunda ciudad más poblada del Imperio durante un breve período. A partir de las crisis del siglo III del Imperio romano, la caída de este y las conquistas visigodas, la ciudad entra en un declive considerable, pierde la capitalidad de provincia y su importancia comercial y estratégica;
- *el Rey Sabio* (pág. 2), más adelante *Alfonso el Sabio* (pág. 5): apodo de Alfonso X de Castilla (1221-1284), rey de Castilla, de León y de otros reinos con los que intitulaba entre 1252 y 1284. Su reinado fue brillante en los ámbitos legislativo y cultural, de ahí su apodo. En 1262, Alfonso X el Sabio reconquistó Cádiz, tras lo cual comenzó su revitalización y reconstrucción;
- *asedios y saqueos continuados en las frecuentes guerras de España con Inglaterra y Francia* (pág. 2): en la medida que Cádiz se convierte en centro privilegiado de la Carrera de Indias durante la Edad Moderna, aumentan sus posibilidades de ser objeto de ataque por parte de los enemigos de la Monarquía Hispánica. De hecho, fue el objetivo de ingleses, holandeses y franceses, y a lo largo de la Edad Moderna sufrió varios intentos de asalto, unos frustrados y otros exitosos. Algunos ejemplos de ello son:
  - Inglaterra: en 1596, durante la guerra anglo-española y la guerra de Flandes, la ciudad de Cádiz fue atacada por parte de la flota inglesa;
  - Francia: durante la invasión napoleónica, Cádiz y San Fernando resistieron al asedio francés. Por este motivo, el Gobierno de la nación fue trasladado a la pequeña villa de San Fernando. El asedio de Cádiz, en referencia al sitio de Cádiz y San Fernando, comenzó el 5 de febrero de 1810 y finalizó el 24 de agosto de 1812. Esta asociación acompaña a expresiones de juicio indirecto>-integridad moral (v. realización 10 de la Tabla 61);

- 
- *[f]inalmente, tiene la gloria de haber sido teatro de las famosas Cortes, que duraron desde 1810 a 1813, y en las cuales se redactó y promulgó la primera Constitución de la monarquía española, entre tanto que la ciudad sufría con ánimo alegre un duro sitio de los ejércitos napoleónicos* (pág. 2): en 1811, la Junta Suprema Central convocó a los diputados de todos los territorios de la monarquía para redactar la Constitución de España. Se firmó en el Real Teatro de las Cortes de San Fernando, de ahí que la voz autorial escogiera la asociación *teatro* para describir Cádiz, y no *escenario*, que sería lo esperable. Se trataría, por tanto, de un juego de palabras que remite al hecho de que las Cortes de celebraron en un teatro. Finalmente, en el Oratorio de San Felipe Neri, se aprobó la constitución el 19 de marzo de 1812, día de San José, y de ahí el sobrenombre de “La Pepa”. La Constitución de 1812 se publicó hasta en tres ocasiones en España (1812, 1820 y 1836) y se convirtió en el hito democrático en la primera mitad el siglo XIX. Tanto es así que trascendió a varias constituciones europeas e impactó en los orígenes constitucionales y parlamentarios de la mayor parte de los estados americanos durante y tras su independencia. Los principios de las Cortes eran la soberanía nacional, la igualdad ante la ley y la defensa de la propiedad privada;
  - *el aspecto general de Cádiz es inconfundiblemente andaluz* (pág. 4): el adjetivo *andaluz* hace referencia a la composición de las ciudades en Andalucía. Esta asociación también es una realización de apreciación>+composición (v. realización 22 de la Tabla 62);
  - *mientras España tuvo colonias en América* (pág. 5): de los puertos de Cádiz partieron numerosos descubridores (Cristóbal Colón, Álvaro Núñez Cabeza de Vaca, etc.) y conquistadores en la época colonial, lo que la enriqueció y posibilitó, siglos después, la creación de una sociedad burguesa gaditana, liberal y revolucionaria. Sin duda, el siglo XVIII fue el siglo de mayor esplendor de la ciudad gracias al comercio gaditano con las colonias americanas. En 1717, se trasladaron allí las instituciones de la Carrera de Indias (Casa de la Contratación, Aduana y Consulado);
  - *la más vieja* [la iglesia de Santa Cruz] (pág. 5): el adjetivo *viejo/a* no se emplea negativamente, sino todo lo contrario. Hace referencia a algo valioso por su antigüedad, al igual que sucedía en la hoja plegable *Los jardines de España-TO*

y en la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*. En cinco casos más se hace referencia al carácter antiquísimo/antiguo/valioso (apreciaciones>+valor social) de la ciudad (págs. 1, 4 y 5). Estas asociaciones son también realizaciones de apreciación>+valor social (v. realizaciones 27, 46, 49, 50 y 60 de la Tabla 62).

- *aunque está más en el estilo de Pedro Roldán* (pág. 5): Pedro Roldán (1624-1699) fue un escultor español del Barroco. Fue padre de la escultora Luisa Roldán, conocida como “La Roldana”;
- *un maravilloso Greco* (pág. 5): Doménikos Theotokópoulos (1541-1614), conocido como el Greco (“El Griego”), fue un pintor del final del Renacimiento que desarrolló un estilo muy personal en sus obras de madurez. En 1577, se estableció en Toledo (España), donde vivió y trabajó el resto de su vida. Esta asociación es también una realización de juicio>+capacidad (v. realización 5 de la Tabla 60) y apreciación>+valor social (v. realización 62 de la Tabla 62);
- *una valiosa colección de obras de Zurbarán y otros autores* (pág. 7): Francisco de Zurbarán (1598-1664) fue un pintor del Siglo de Oro español. Esta asociación refuerza la apreciación>+valor social (v. realización 69 de la Tabla 62);
- *el templo de San Felipe Neri, sede de las Cortes del 12, visita esta última obligada para todos los españoles que visiten la encantadora capital andaluza, como homenaje a aquellos hombres y a su espíritu, que todavía parece flotar sobre la ciudad* (pág. 7): contiene dos asociaciones que están relacionadas: *las Cortes del 12* y *aquellos hombres*. La primera ya se ha explicado anteriormente; la segunda hace referencia a los presidentes y diputados de las Cortes de Cádiz, artífices de la primera constitución monárquica española.

#### 6.7.1.5 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

La hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* consta de 65 oraciones. De este total de oraciones: 50 son monoglósicas y 15 heteroglósicas, por lo que la voz autorial<sup>mon</sup> se expresa, principalmente, de manera monoglósica (v. Tabla 68).

Se han identificado tres oraciones que contienen varias heteroglosias cada una (heteroglosias 2/19, 5/20 y 11/12/17). Dos de ellas contienen una *distancia* (heteroglosias 19 y 20).

Analizando más en detalle las heteroglosias, la voz autorial<sup>mon</sup> cierra el espacio dialogístico en doce ocasiones (*negación*, *contradicción*, *afirmación*, *pronunciamiento* y *refuerzo*) y lo abre en siete (*consideración*, *reconocimiento* y *distancia*).

La heteroglosia *contractiva>refuerzo* (realización 13) *Mezcladas la historia y la leyenda en lo que respecta a las famosísimas Columnas de Hércules, todo ello es motivo suficiente para que la tradición de Cádiz sea ilustre* (pág. 1) se apoya en las diferentes pruebas textuales de su origen antiquísimo (pág. 1) y de su tradición histórica (pág. 2).

El autor del TO se pronuncia (heteroglosia *contractiva*) en cinco ocasiones resaltando información para el lector o recomendándole algo que debe visitar (heteroglosias 8-12). Al igual que sucede en análisis anteriores, estas recomendaciones se concentran principalmente en torno a las últimas páginas de la hoja de ciudad, concretamente en las págs. 6 y 7. Siguiendo también con la tendencia ya mencionada en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, algunas de estas recomendaciones podrían analizarse bien como *pronunciamientos* o bien como *consideraciones* (categoría frontera). En el caso de los *pronunciamientos* (heteroglosias 8, 9 y 12), se trata de recursos que sirven para centrar la atención de los *lectores sin conocimientos*, a los que el autor del TO aconseja, estableciendo una relación de solidaridad con ellos, pero dejando claro su punto de vista de experto. Por otro lado, podríamos analizar las heteroglosias 10 y 11 como *consideraciones*, ya que el autor del TO abre tenuemente el espacio dialogístico. A diferencia de lo observado anteriormente, en vez de emplear verbos del decir como en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, el autor del TO recurre al uso de los verbos modales *poder* y *deber*. De esta forma no expresa su punto de vista de forma tan tajante y abre mínimamente el espacio dialogístico a posiciones alternativas.

En términos generales, la voz autorial<sup>mon</sup> es más *contractiva* que *expansiva*, sin embargo, se observa cierta tendencia a la expansión, puesto que en ocasiones abre el espacio dialogístico a otras voces que mantengan posiciones de valor diferentes a la suya y las considera, como desarrollamos a continuación.

El autor del TO utiliza cuatro *consideraciones* (heteroglosias 14-17) y se compromete menos con la posición valorada mostrando que su posición es una de muchas. Es como si diera un paso atrás, frente a los pasos adelante que da cuando emplea heteroglosias más *contractivas*. El autor del TO emplea en tres de los casos *parece (construída/flotar)* (heteroglosias 14, 15 y 17) y en el cuarto caso se utiliza *debíó*

(*atesorar*) (heteroglosia 16). Esta última **consideración** esta graduada e implica bajo compromiso. El autor del TO hace hueco a voces alternativas que apoyen otras posiciones. De este modo, da por hecho que su posición es una posibilidad de muchas y no excluye a los miembros de la audiencia, quienes pueden compartirla o rechazarla. Por tanto, el autor del TO se vale de una heteroglosia que no es excluyente para establecer con los lectores cierta relación de solidaridad.

Siguiendo con más ejemplos que prueban esta tendencia **expansiva**, el autor del TO incluye un proverbio de Roma para reforzar su posición (heteroglosia 18), fenómeno que ya hemos identificado en el análisis del sistema del compromiso en la voz autorial de la hoja plegable *Los jardines de España-TO*. En el caso del ejemplo de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, se trata de un **reconocimiento**, ya que el autor no adquiere responsabilidad en estas proposiciones. Además, gracias al análisis contextual sabemos que el autor del TO comparte los valores que poseen estas voces externas, que son más voces de prestigio que expertas (v. Asociaciones: *Roma* equivale a *el Imperio*). De hecho, las utiliza para reforzar su monoglosia.

La última heteroglosia **expansiva** la forman las dos **atribuciones>distancias** (heteroglosias 19 y 20). En ellas, el autor del TO se distancia de forma explícita del material atribuido, aunque sí les da cabida en el texto. En *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, el autor del TO abre el diálogo para incluir otras voces no identificadas, que presentan datos del saber común, bajando así el registro textual, pero observamos cierta voluntad del autor del TO por distanciarse de ellas.

**Tabla 68. La expresión del compromiso en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*<sup>176</sup>**

mon.	1. ESTA ciudad (80.000 habitantes) es de origen antiquísimo, como casi todas las capitales andaluzas, estando probada su existencia en tiempo de los fenicios, remontándose el cálculo que de ella se hace a 1.500 años antes de nuestra Era. (1)		
heteroglosia	contracción	rechazo	<b>negación</b> 2. <b>No</b> es como se la llama vulgarmente una «tacita de plata». (3)
			<b>contradicción</b> 3. <b>Aun</b> en las estaciones extremas, el clima es suave y agradable. (3) 4. <b>No obstante</b> ser las calles de la ciudad rectas y planas y con cuidado pavimento el aspecto general de Cádiz es inconfundiblemente andaluz. (4) 5. En la de San Agustín hay un magnífico Cristo atribuido de siempre a Martínez Montañés, <b>aunque</b> está más en el estilo de Pedro Roldán; es una pieza capital de la plástica barroca andaluza. (5)

---

<sup>176</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).



	declaración	<b>afirmación</b> 6. Todo el paisaje gaditano es a base de mar, <b>naturalmente</b> . (3)  7. <b>Naturalmente</b> es del gusto neoclásico que dominaba en la época de su construcción, siendo el conjunto bello, elegante y frío. (6)
		<b>pronunciamento</b> 8. La verja que cierra el coro y la cripta de la Catedral, <b>son igualmente merecedoras de atención</b> . (6)  9. Otros edificios <b>dignos de visitar</b> en Cádiz <b>son</b> : la Casa Consistorial, neoclásica también (...). (7)  10. Las torres, castillos y fortalezas (...) sobre todo en relación con la marina de guerra española, de la que <b>puede decirse</b> ha sido Cádiz la cuna. (7)  11. <b>Deben visitarse</b> también las ruinas del templo—sumergido—de Hércules en Sancti Petri (7)  12. (...) el templo de San Felipe Neri, sede de las Cortes del 12, <b>visita esta última obligada</b> para todos los españoles que visiten la encantadora capital andaluza (7)
		<b>refuerzo</b> 13. Mezcladas la historia y la leyenda en lo que respecta a las famosísimas Columnas de Hércules, <b>todo ello es motivo suficiente</b> para que la tradición de Cádiz sea ilustre. (1)
	expansión	consideración
	atribución	<b>reconocimiento</b> 18. (...) ganando fama por su belleza y por la gracia de sus danzarinas— <b>proverbial en Roma</b> —como antes la obtuvo por el ánimo esforzado de sus marinos. (1)
		<b>distancia</b> 19. No es como <b>se la llama vulgarmente</b> una «tacita de plata». (3)  20. En la de San Agustín hay un magnífico Cristo <b>atribuido de siempre a Martínez Montañés</b> , aunque está más en el estilo de Pedro Roldán; es una pieza capital de la plástica barroca andaluza. (5)

La traducción consta de 69 oraciones, cuatro más que el TO. El traductor omite diez segmentos del TO. Algunas omisiones afectan a las heteroglosias, lo que refuerza la manera monoglósica en la que se expresa la voz autorial<sup>mon</sup> original. No hay cambios significativos que afecten a la solidaridad entre el escritor-lector en la traducción.

Analizando más en detalle la traducción de las heteroglosias, resulta llamativo que el traductor mantenga la impersonalidad de las oraciones de los cuatro *pronunciamientos*, como podemos observar en la Tabla 69.

**Tabla 69. La traducción de los pronunciamientos en *Cádiz-TM<sup>mon</sup>***

N.º	TO	TM
1	La verja que cierra el coro y la cripta de la Catedral, <b>son igualmente merecedoras de atención.</b> (6)	<b>Auch verdienen</b> die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, <b>erwähnt zu werden.</b> (6)
2	Otros edificios <b>dignos de visitar</b> en Cádiz <b>son:</b> la Casa Consistorial, neoclásica también y con las características de ese estilo señaladas en la Catedral; el Hospicio y la Cárcel Nacional. (7)	Weitere Gebäude, <b>welche einen Besuch lohnen sind:</b> Das Rathaus, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das Hospiz und das Gefängnis. (7)
3	Las torres, castillos y fortalezas—algunos derruídos hoy—tienen gran interés histórico y pintoresco, sobre todo en relación con la marina de guerra española, de la que <b>puede decirse</b> ha sido Cádiz la cuna. (7)	Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Stadtpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix <b>wohl bezeichnet werden kann.</b> (7)
4	<b>Deben visitarse</b> también las ruinas del templo—sumergido—de Hércules en Sancti Petri (7)	<b>Man sollte</b> auch die Ruinen des verschvundenen Herkulestempels in Sancti Petri <b>besuchen</b> (7)
5	(...) el templo de San Felipe Neri, sede de las Cortes del 12, <b>visita esta última obligada</b> para todos los españoles que visiten la encantadora capital andaluza, (7)	<b>Es ist Pflicht</b> eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri <b>einen Besuch abzustatten</b> , in Erinnerung und Anerkennung des Geistes jener Männer, der noch heute über der Stadt zu schweben scheint. (7)

Como indicamos más adelante (v. apartado 6.7.2), el traductor omite dos heteroglosias (un *refuerzo* y una *consideración*) de las oraciones que las contenían.

En uno de los *pronunciamientos* (ejemplo 3 de la Tabla 69), el traductor se implica más que el autor del TO empleando el adverbio oracional *wohl* [*seguramente*], que es un elemento valorativo de graduación del compromiso. Además, el traductor añade dos *contradicciones>rechazos* sustituyendo la conjunción copulativa por disyuntiva y añadiendo las partículas *wohl* y *doch*, que ya hemos explicado en el apartado dedicado a la traducción de la expresión de la graduación (ejemplos 16 y 17 de la Tabla 67).

### 6.7.2 Segmentos omitidos en la traducción de la versión monárquica de *Cádiz*

En términos generales, la configuración del sistema de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida no varía demasiado con respecto al de la voz autorial<sup>mon</sup> original.

Las variaciones más interesantes están relacionadas con los diez segmentos omitidos por el traductor. Siguiendo la tendencia observada en las otras hojas de ciudades, las omisiones no afectan a oraciones completas.

La Tabla 70 incluye todos los segmentos omitidos en español junto con una breve descripción de la omisión.

Las principales omisiones contienen algunas heteroglosias, apreciaciones y asociaciones que desarrollamos aquí. El traductor:

- omite heteroglosias: el único **refuerzo** (omisión 1) del TO y una **consideración** (omisión 6), lo refuerza aún más el carácter monoglósico del texto;
- prescinde de algunas expresiones de apreciación: seis por omisión del párrafo, una por omisión de la oración que la contenía y dos casos en los que se omite únicamente la valoración;
- omite asociaciones (omisiones 2 y 7), lo que implica la expresión de la actitud de la voz autorial<sup>mon</sup> traducida sea más directa que la de la voz autorial<sup>mon</sup> original;
- omite dos expresiones indirectas de juicio interesantes (omisiones 3 y 5). En la omisión 3, omite el adjetivo valorativo duro en el juicio indirecto>-integridad moral *un duro sitio de los ejércitos napoleónicos* (pág. 2). En la omisión 5, el traductor omite el párrafo entero que incluía expresiones directas de apreciación sobre las instalaciones de las playas de la ciudad y una expresión indirecta de juicio de la habilidad del Ayuntamiento y su buena labor reformista (que también era una expresión directa de apreciación);
- elimina dos párrafos enteros (omisiones 4 y 5) que contenían alabanzas sobre el buen estado de las playas (+apreciaciones) y un juicio indirecto>+capacidad sobre la buena labor del Ayuntamiento. El traductor parece no hacer tanto hincapié en resaltar la buena labor reformista del Ayuntamiento de Cádiz. No descartamos la hipótesis de que se tomara esta decisión por motivos de espacio.

En consecuencia, con estas modificaciones el sistema axiológico de la hoja de ciudad pierde fuerza.

**Tabla 70. Los segmentos omitidos en *Cádiz-TM<sup>mon</sup>***

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>177</sup>	Descripción de la omisión
1	(...) Geschichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulesssäulen <u>[todo ello es motivo suficiente para que]</u> und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervorragendsten. (...) (1)	Omite un <i>refuerzo</i> .
2	(...) Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer Kolonie und als Rom <u>[Imperio]</u> es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten Stadt erhoben. (1) (fin de la página)	Omite una asociación duplicada en el TO y que podría resultar redundante.
3	(...) Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die <u>[duro]</u> Belagerung der napoleonischen Truppen. (fin de la página)	Omite el adjetivo valorativo restando dureza al sitio de Cádiz (juicio indirecto).
4	(...) <u>[Los frescos vientos de Poniente, que son los dominantes en esta región, aseguran en pleno verano una temperatura suave y agradable. Es por este motivo y por la excelencia y amplitud de sus playas que Cádiz ocupa el primer lugar entre las playas del Sur y constituye el lugar predilecto de veraneo para las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas como las de Extremadura.]</u> (3) (fin de la página)	Omite el párrafo entero, en el que se incluían dobles y otras apreciaciones directas sobre el buen clima de la ciudad.
5	<u>De año en año aumenta su prestigio, acrecido extraordinariamente con las reformas introducidas recientemente y que han causado una transformación absoluta de las mismas, muy principalmente de la llamada de la Victoria, donde las modernísimas y soberbias instalaciones del Grand Hotel, Casino, Piscina y servicios de la playa, han venido a asociarse con indiscutible acierto y buen gusto a las excepcionales cualidades naturales del lugar.]</u> (...) (4)	Omite el párrafo entero, en el que se incluían dobles y otras apreciaciones directas sobre las instalaciones de las playas de la ciudad y una valoración indirecta de juicio de la habilidad del Ayuntamiento.
6	Es sind nur noch wenige Spuren des früheren Denkmälerreichtums <u>[que debió atesorar en épocas remotas]</u> erhalten. (...) (5)	Omite una <i>consideración (baja)</i> .
7	(...) Die ältesten Kirchen stammen aus dem 17. Jahrhundert, denn <u>[pues la más vieja]</u> die Kirche, <i>Santa Cruz</i> , welche zur Zeit der Eroberung der Stadt durch Alfons den Weisen Kathedrale war, wurde von den Engländern 1596 zerstört und im Jahre 1603 wieder neu erbaut. (...) (5)	Omite la asociación y apreciación>+valor social sobre la antigüedad de la iglesia de Santa Cruz.
8	(...) Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. <u>[En la</u>	Omite una oración que contenía una apreciación>valor social.

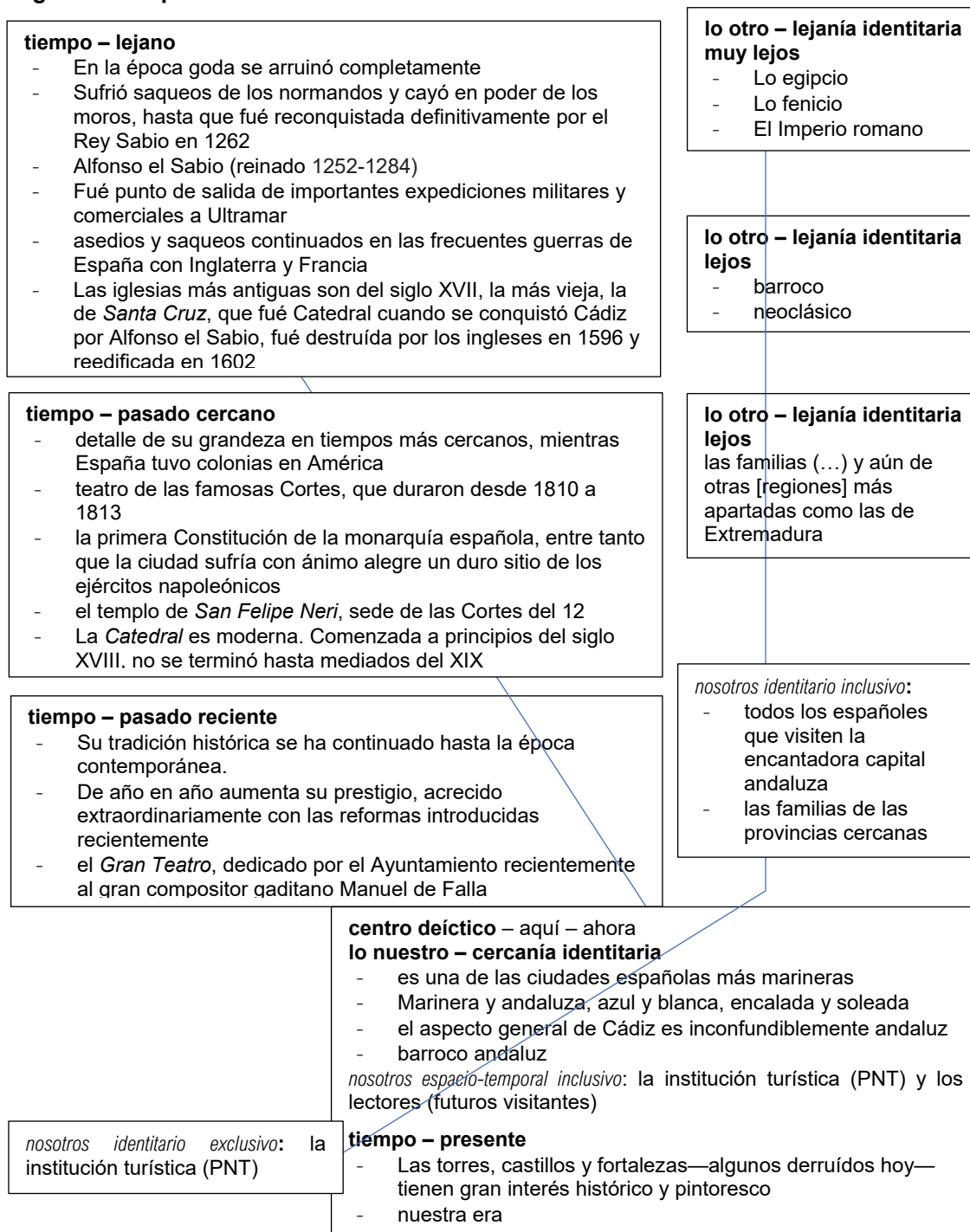
<sup>177</sup> Insertamos los segmentos/elementos omitidos en español, subrayados y entre corchetes.

N.º	Segmento/elemento omitido <sup>177</sup>	Descripción de la omisión
	<u>capilla de las Reliquias hay otros cuadros y alhajas de gran valor.</u> ] Beachtenswert ist das aus der Karthause bei Sevilla stammende Chorgestühl, welche von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. (...) (6)	
9	(...) die <i>Gemäldegalerie</i> , welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán [ <u>y otros autores</u> ] (...) (7)	Omite "otros autores", lo que resta valor a la colección.

### 6.7.3 Posición deíctica en la versión monárquica de *Cádiz* y su traducción al alemán

En la Figura 17 analizamos los marcadores temporales, espaciales e identitarios de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*.

Figura 17. La posición deíctica en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*<sup>178</sup>



<sup>178</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

Como observamos en la figura anterior, los indicadores espacio-temporales de pasado lejano y cercano son los más abundantes. Llama la atención la presencia de marcadores identitarios inclusivos tanto en el propio centro deíctico como cerca de él. También se sitúa a los visitantes de regiones apartadas (como Extremadura) como algo lejano, frente “lo inconfundiblemente andaluz” que situamos en el centro deíctico como “lo nuestro”. En cuanto a la figura de la posición deíctica en la traducción, esta sería algo diferente, ya que el traductor añade más realizaciones de indicadores identitarios exclusivos, tendencia que hemos observado en los análisis del resto de hojas de ciudades.

Siguiendo a Munday (2012: 70-71), los indicadores de posición deíctica en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* y su traducción al alemán se han clasificado en cuatro categorías, como mostramos en la Tabla 71.

El autor del TO emplea la primera persona del plural de dos formas: el determinante posesivo de primera persona del plural *nuestro* (realización 1) y el verbo conjugado en primera persona del plural (realización 2).

En la primera categoría deíctica (*nosotros espacio-temporal inclusivo*) el traductor mantiene de alguna forma la apelación al lector y el interés por formar equipo con él. Mantiene la realización 1 y compensa semánticamente la realización 2 al intercambiar el verbo en la primera persona del plural por el determinante posesivo de primera persona del plural *unserer Zeit* [*nuestro tiempo*]. Además, añade una realización más (realización 3) de forma similar al ejemplo anterior: se usa el determinante posesivo de primera persona del plural *unsere Aufmerksamkeit* [*nuestra atención*].

El traductor mantiene la realización 4, que es la única realización perteneciente a la segunda categoría deíctica (*nosotros identitario inclusivo*) y que comparte categoría con *ellos* identitario exclusivo (realización 9). Como sucedía en *Los jardines de España-TO* y *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, llama la atención que el traductor no adapte el texto a los futuros visitantes alemanes y mantenga, por ejemplo, la referencia a los visitantes únicamente españoles en la realización *Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt* (pág. 7), esto implica una desalineación con el lector alemán.

En la tercera categoría deíctica (*nosotros identitario exclusivo*) el traductor añade dos realizaciones. En la realización 5, el autor del TO utiliza el verbo impersonal *haber*, mientras que el traductor emplea el pronombre *man* para referirse a este grupo. Se trataría de la perspectiva del lugareño que muestra al visitante los secretos de la ciudad. En la realización 6, el traductor incluye un verbo en primera persona del plural: *wir*

*erwähnten* [nosotros mencionamos], con ello busca señalar quién es la autoridad (institución turística: PNT) responsable de los contenidos de la hoja de ciudad, tendencia apuntada ya en los análisis anteriores.

Por último, el autor del TO apela directamente de dos formas a los futuros visitantes (realizaciones 7 y 9). Estas realizaciones se clasifican dentro la categoría deíctica (*ellos identitario exclusivo*). En este punto nos detendremos en el siguiente apartado.



**Tabla 71. Los indicadores de posición deíctica en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* y su traducción<sup>179</sup>**

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>180</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros espacio-temporal inclusivo</i>	la institución turística (PNT) y los lectores (futuros visitantes)	1	ESTA ciudad (80.000 habitantes) es de origen antiquísimo, como casi todas las capitales andaluzas, estando probada su existencia en tiempo de los fenicios, remontándose el cálculo que de ella se hace a 1.500 años antes de <b>nuestra Era</b> . (1)	CADIX ist, wie alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor <b>unserer Aera</b> zurückzuführen ist. (1)
		2	En cambio, como detalle de su grandeza en tiempos más cercanos, mientras España tuvo colonias en América, <b>tenemos</b> la elegancia y buen gusto de sus casas particulares, con sus patios de mármoles. (5)	Dafür sind jedoch Zeugen einer <b>unserer Zeit</b> näherliegenden Grösse, als Spanien in Amerika Kolonien besass, die Eleganz und der gute Geschmack der Privathäuser mit ihren Marmorhöfen. (5)
		3	[correspondencia TO] [Ø] En pintura hay dos tablas primitivas, y lienzos de Clemente de Torres y Pablo Legot. (6)	[realización añadida] Unter den Malereien verdienen <b>unsere Aufmerksamkeit</b> zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. (6)
<i>nosotros identitario inclusivo</i>	todos los españoles	4	(...) el templo de San Felipe Neri, sede de las Cortes del 12, visita esta última obligada para <b>todos los españoles</b> que visiten la encantadora capital andaluza, como homenaje a aquellos hombres y a su espíritu, que todavía parece flotar sobre la ciudad. (7)	Es ist Pflicht <b>eines jeden Spaniers</b> , der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung des Geistes jener Männer, der noch heute über der Stadt zu schweben scheint. (7)
<i>nosotros identitario exclusivo</i>	la institución turística (PNT)	5	[correspondencia TO] [Ø] Hay además algunos cuadros de mérito. (5)	[realización añadida] Ausserdem zeigt <b>man</b> in dieser Kirche einige wertvolle Gemälde. (5)
		6	[correspondencia TO] Otros edificios dignos de visitar en Cádiz son: la Casa Consistorial, neoclásica también y [Ø] con las características de ese estilo señaladas en la Catedral. (7)	[realización añadida] Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: Das Rathaus, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche <b>wir</b> bereits gelegentlich der Kathedrale <b>erwähnten</b> (7)

<sup>179</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).

<sup>180</sup> Las correspondencias en el TO se indican en color verde.

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones/correspondencias <sup>180</sup> en el TO	Realizaciones en el TM
<i>ellos identitario exclusivo</i>	el futuro turista	7	Cádiz ocupa el primer lugar entre las playas del Sur y constituye el lugar predilecto de veraneo para <b>las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas como las de Extremadura</b> . (3)	[párrafo omitido]
		8	[correspondencia TO] La del Rosario, Santa Cueva y otras, tienen espléndidos altares neoclásicos que llaman la atención [Ø] por la riqueza de sus materiales, esculturas y algunos cuadros. (5)	[realización añadida] Die Kirchen Rosario, Santa Cueva und andere enthalten prachtvolle Altäre des neuklassischen Stiles, welche <b>die Aufmerksamkeit des Reisenden</b> durch die Üppigkeit des Materiales, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. (5)
		9	(...) el templo de San Felipe Neri, sede de las Cortes del 12, visita esta última obligada para <b>todos los españoles que visiten</b> la encantadora capital andaluza, como homenaje a aquellos hombres y a su espíritu, que todavía parece flotar sobre la ciudad. (7)	Es ist Pflicht <b>eines jeden Spaniers, der</b> in dieser lieblichen andalusischen Stadt <b>weilt</b> , San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung des Geistes jener Männer, der noch heute über der Stadt zu schweben scheint. (7)

#### 6.7.4 Proyección del lector-visitante en la versión monárquica de Cádiz y su traducción al alemán

Tal y como hemos explicado en el apartado anterior, el autor del TO apela directamente a los futuros visitantes de dos formas (v. realizaciones en el TO, 7 y 9 de la Tabla 71).

La realización 7 de la Tabla 71 es una apelación *las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas como las de Extremadura* (pág. 3) (consideraba lejos Extremadura) que deseen visitar Cádiz. El traductor elimina el párrafo que contenía esta última realización y añade la realización 8 de la Tabla 71 en esta categoría deíctica. De esta forma, se dirige directamente a la *Aufmerksamkeit des Reisenden* (pág. 5), que equivaldría en español a la *atención del viajero*. La realización 9 de la Tabla 71 forma parte también de la categoría deíctica *nosotros identitario inclusivo* (realización 4 de la Tabla 71), tal y como hemos señalado con anterioridad.

En cuanto a la posición del lector, al igual que ocurre en la hoja plegable *Los jardines de España-TO* y en las hojas de ciudades *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*, consideramos que el autor del TO retrata a un lector *complaciente*, lo que explicaría los escasos ejemplos de valoraciones indirectas, y que el traductor apostaría una vez más por facilitar una lectura complaciente, razón por la que el traductor omite segmentos o elementos del TO y usa más realizaciones de los indicadores de posición deíctica en la traducción.

Como ya hemos señalado en el análisis de *Los jardines de España-TO*, *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*, creemos que estas decisiones del traductor podrían tener el objetivo de simplificar el texto y guiar en la lectura al lector-visitante alemán.

Otra pista que deja el autor del TO en la voz textual y que nos da información sobre el lector-visitante es la siguiente. El autor del TO baja el registro textual al dar cabida a voces que presentan datos del saber común (*heteroglosias>expansiva*). Haciendo esto da por sentado que su lector será un lector culto con criterio propio, que va a saber dar la importancia debida a los valores presentados por estas voces “populares”.

Por último, como ya hemos mencionado en el apartado anterior, el traductor considera necesario mantener visible el sistema cultural original para para el lector-

visitante alemán (*principio de la adecuación* sugerido por Toury 1980, 1995/2012), al igual que sucedía en la traducción de los ejemplares analizados previamente.

#### **6.7.5 Patrón valorativo en la versión monárquica de Cádiz y su traducción al alemán: un viaje “de prestigio nacional” por Cádiz**

En esta hoja de ciudad, la voz del promotor turístico busca promocionar Cádiz como destino turístico de prestigio por servir como escenario de hechos históricos de gran relevancia para la historia de España y elogiar lo nacional (signo positivo) frente a lo extranjero (signo negativo). Observamos que los fragmentos textuales dedicados a lo nacional y lo extranjero tienen su propia axiología.

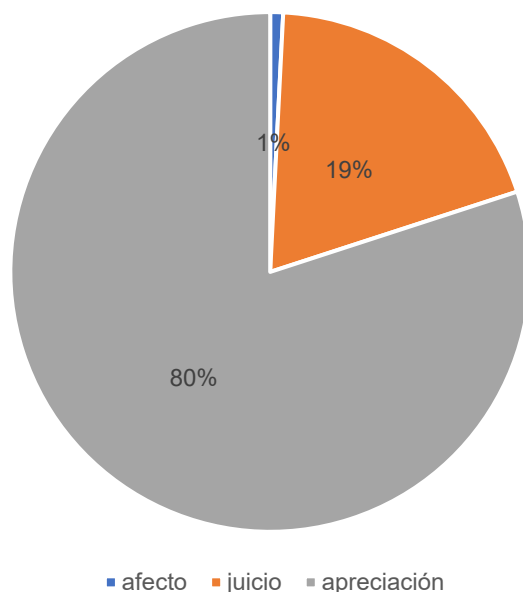
Para expresar ese matiz “prestigioso y nacional” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (90%) casi toda la actitud;
- cuando lo hace de forma **indirecta** (10%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (95%) y, puntualmente, de signo **negativo** (5%);
- se expresa, principalmente, a través de la **apreciación** (80%), y en menor medida a través del **juicio** (19%). El afecto se realiza de forma excepcional (1%)<sup>181</sup> (v. Figura 18);
- expresa la carga actitudinal de forma **muy graduada**, principalmente, a través de **fuerza intensificada mediante lexemas aislados, superlativos y por repetición de elementos** (esta última supone el 26% del total de valoraciones);
- emplea **categorías híbridas** en numerosas **expresiones indirectas** de actitud y **asociaciones**;
- se presenta, principalmente, de forma **monoglósica** y, puntualmente, utiliza **heteroglosias** mayormente **contractivas (pronunciamientos)**;

---

<sup>181</sup> Una personificación que destacar el carácter alegre de los gaditanos, incluso en momentos adversos como cuando estaban sitiados por los ejércitos napoleónicos: *la ciudad sufría con ánimo alegre un duro sitio de los ejércitos napoleónicos* (pág. 2).

**Figura 18 . El sistema de la actitud en la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>***



En este caso, nos gustaría destacar dos recursos que han sido seleccionados, intencionadamente, para fundamentar el sistema de valores de esta hoja de ciudad. Por un lado, el autor del TO valora directa e indirectamente la habilidad Ayuntamiento de Cádiz. Por otro lado, el autor del TO se vale también de numerosas asociaciones, que escoge a propósito, para aludir al pasado glorioso de Cádiz y asentar los valores subyacentes al texto de la hoja de ciudad.

Además, el autor del TO invierte mucho en las posiciones valoradas al expresar de forma muy graduada la carga actitudinal, principalmente a través de fuerza intensificada mediante lexemas aislados, superlativos y por repetición de elementos. Llama la atención el grupo “triples dobles” con dos casos originales.

Siguiendo el patrón expuesto en el análisis de *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, el traductor, aunque imita la configuración de la voz original, toma sus propias decisiones y se permite omitir ciertos segmentos del TO. Estas variaciones repercuten en la pérdida de intensidad axiológica con respecto a la voz autorial<sup>mon</sup> original. En el plano de la actitud, lo más destacable son las omisiones de dos párrafos completos que realiza el traductor y que afectan, principalmente, a valoraciones directas, indirectas (sobre el Ayuntamiento de Cádiz) y dos heteroglosias (*refuerzo* y *consideración*). Además, se omiten algunas asociaciones, lo que, una vez más, constata la hipótesis de House (2011: 189, citado en Munday 2012: 64). En este caso se trata de asociaciones

redundantes, una de ellas la explicita<sup>182</sup>. Asimismo, existen algunos errores de traducción de ciertas valoraciones de actitud que nos hacen pensar que el traductor no conocía muy bien la ciudad de Cádiz.

Sin duda, una de las características más llamativas en la traducción de este ejemplar son las variaciones que realiza el traductor en la graduación de la actitud. En general, se observa una tendencia de suavizar la intensidad al eliminar el grado superlativo de los adjetivos valorativos. Esto implica una vez más que el sistema de valores del texto pierda fuerza en la traducción al alemán.

En cuanto al sistema del compromiso, el traductor omite dos de las heteroglosias (un *refuerzo* y una *consideración*), como hemos apuntado más arriba, y sube la graduación de dos de ellas empleando dos adverbios alemanes. Esta decisión implica que la voz autorial<sup>mon</sup> traducida tenga una expresión más contractiva que la original. El traductor, también, añade más realizaciones de los indicadores de posición deíctica y, en una de ellas, interviene mucho más explícitamente al usar el verbo conjugando. Como sabemos, estos resultados demuestran una mayor implicación del traductor en el texto desde el punto de vista de los sistemas del compromiso, graduación y posición deíctica. Finalmente, el traductor incluye una realización más que apela al *visitante*, orientándole.

De forma similar a lo que sucedía en los análisis anteriores, el traductor añade dos realizaciones de la categoría *nosotros identitario exclusivo*. De este modo persigue destacar quién es la institución turística, el Patronato Nacional del Turismo, la figura de autoridad responsable de la publicación que garantiza la exactitud de los contenidos de la hoja de ciudad.

Todos estos resultados son pruebas textuales de la agentividad del traductor, que deja estas huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida (principalmente, en los sistemas de la actitud, de la graduación, del compromiso y en la posición deíctica). Esto demuestra su implicación y cierto distanciamiento con respecto al original. Estas variaciones sí influyen en el sistema axiológico de la hoja de ciudad, tal y como presentamos a continuación.

---

<sup>182</sup> La asociación sobre el *Rey Sabio* (pág. 1) se explicita en la traducción: *Alfons dem Weisen* (pág. 1).

## 6.8 Sistema de valores e ideología en la hoja de ciudad **Cádiz**

El Patronato Nacional del Turismo decidió editar una hoja de ciudad sobre Cádiz, estructuró el ejemplar en torno a un eje histórico y se valió de elementos verbales y no verbales para valorar elementos nacionales y extranjeros, como hemos presentado en los apartados anteriores.

Cádiz es una ciudad con orígenes en tiempos antiquísimos y que, durante la Edad Moderna, alcanza su máximo esplendor gracias a su singular emplazamiento y a su protagonismo en las relaciones con la América hispana. A ello se añade el carácter de presidio militar, que obliga a las autoridades a cuidar permanentemente de su defensa. Todo esto hace que la historia de Cádiz sea la propia de una ciudad marcada por su estratégica situación militar y comercial, a caballo entre el océano Atlántico y el mar Mediterráneo.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual desarrollados en este estudio de caso nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en la versión monárquica de la hoja de ciudad *Cádiz*. En este caso, la voz del promotor turístico invita al lector-visitante a realizar un viaje de prestigio nacional por Cádiz y presenta elementos nacionales y extranjeros relacionados con su propio sistema de valores.

En la Tabla 72 presentamos el sistema axiológico de esta hoja de ciudad que se sustenta en dos tipos de valores opuestos entre sí. En la columna de la izquierda de la tabla recogemos las valoraciones representativas del grupo “lo nacional” (coloreado en verde) y en la columna de la derecha las del grupo “lo extranjero” (coloreado en naranja). Cada grupo posee unos valores concretos (última fila a la izquierda y a la derecha) que son antagónicos entre sí por su signo y por el elemento valorado.

Por un lado, el autor del TO alaba la habilidad, fortaleza y honradez de algunos monarcas españoles (por ejemplo, Alfonso el Sabio) y los gaditanos; por otro, condena la ausencia de esas aptitudes en godos, normandos, moros, ejércitos napoleónicos e ingleses que saquearon, destruyeron y sitiaron Cádiz. Esto quiere decir que el autor del TO valora de forma positiva “lo nacional” y negativa “lo extranjero”. Estas valoraciones aparecen en el discurso frecuentemente combinadas: positiva y negativa/negativa y positiva, como muestran las realizaciones de la primera parte de la tabla. Además, muestra las carencias de un grupo para resaltar las virtudes del otro.

En esta línea, valora positivamente al Ayuntamiento de Cádiz y su labor reformista. Como hemos visto, para valorar de forma positiva o negativa estos grupos e invertir más en la posición valorada, utiliza diferentes recursos como las asociaciones o las herramientas que proporcionan los sistemas de la graduación y de la heteroglosia.

Estructuralmente, puede afirmarse que los dobles, tripletes, triples dobles, asociaciones y valoraciones más significativas (sobre todo de juicio indirecto) se concentran en torno a las págs. 2, 3 y 5 de la hoja de ciudad. Llama la atención que los ***pronunciamentos*** y la mayor parte de los indicadores de posición deíctica se concentren una vez más en las últimas páginas (6 y 7). Siguiendo la tendencia de las otras hojas de ciudades, el autor del TO se implica más en las páginas finales de la hoja de ciudad.

En cuanto a la traducción de la hoja de ciudad, creemos que las variaciones que introduce el traductor (sobre todo las que afectan a los sistemas de la actitud y de la graduación) y las omisiones que realiza repercuten en cierta pérdida axiológica del TO, al igual que sucede en el resto de las hojas de ciudades.



**Tabla 72. El sistema de valores en Cádiz-TO<sup>mon</sup>**

Valoraciones representativas	Grupo: lo nacional	Grupo: lo extranjero	Valoraciones representativas
<p>el ánimo esforzado de sus marinos [marinos gaditanos] (1)</p> <p>(...) hasta que fué reconquistada <b>definitivamente</b> por el Rey Sabio en 1262 (2)</p> <p>Fué punto de salida de importantes expediciones militares y comerciales a Ultramar, (...) (2)</p> <p>la ciudad sufría con ánimo alegre (...) (2)</p> <p>Las iglesias más antiguas son del siglo XVII, pues <b>la más</b> vieja, la de Santa Cruz, que fué Catedral cuando se conquistó Cádiz por Alfonso el Sabio, (...) (5)</p>			<p>En la época goda se arruinó <b>completamente</b> (1)</p> <p>Sufrió saqueos de los normandos y cayó en poder de los moros, (...) (2)</p> <p>(...) habiendo sufrido asedios y saqueos <b>continuados</b> en las <b>frecuentes</b> guerras de España con Inglaterra y Francia, quienes hicieron de Cádiz, blanco para sus escuadras (2)</p> <p>(...) un duro sitio de los ejércitos napoleónicos (2)</p> <p>(...) fué destruída por los ingleses en 1596 (5)</p>
<p>la gracia de sus danzarinas [danzarinas gaditanas] (1)</p> <p>las reformas introducidas <b>recientemente</b> que han causado una transformación <b>absoluta</b> de las mismas [las playas de Cádiz] (4)</p> <p>las calles de la ciudad (rectas y planas y) con cuidado pavimento (4)</p> <p>el Gran Teatro, dedicado por el Ayuntamiento <b>recientemente</b> al gran compositor gaditano Manuel de Falla (7)</p>			
<b>Valores</b>		<b>Valores</b>	
<p>habilidad</p> <p>fortaleza, heroísmo</p> <p>honradez</p> <p>bondad</p>			<p>ausencia de habilidad</p> <p>debilidad, torpeza</p> <p>falta de honradez</p> <p>maldad</p>

## **6.9 Síntesis de los hallazgos obtenidos de la contextualización y del análisis macro y microtextual de las versiones monárquicas de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* y sus traducciones al alemán**

En resumen, los datos localizados en los minuciosos análisis macro y microtextuales aquí presentados constituyen una prueba objetiva de que el Patronato Nacional del Turismo creó un género propio dentro de la lengua del turismo, llamado “hoja de ciudad”, y que sentó las bases del discurso turístico moderno con estas publicaciones.

Efectivamente, creemos que las hojas de ciudades, estructural y textualmente, cumplían perfectamente el uso práctico y la función que el PNT les había otorgado: servir como “guía mínima elemental” de una población y como propaganda de España, que *acompañara* a los visitantes *on-trip* y les permitía saber rápidamente qué era lo más importante de la población que visitaban.

Con esta serie de cuarenta y seis hojas de ciudades, el PNT realizó una gran labor editorial en un periodo breve de tiempo, entre 1929 y 1930, lo que, tal vez, sea la causa de algunos de los fenómenos que hemos observado en los textos originales: los TO contienen errores, generalmente, ortográficos y sintácticos. Las traducciones también incluyen errores sobre todo sintácticos y gramaticales (declinación).

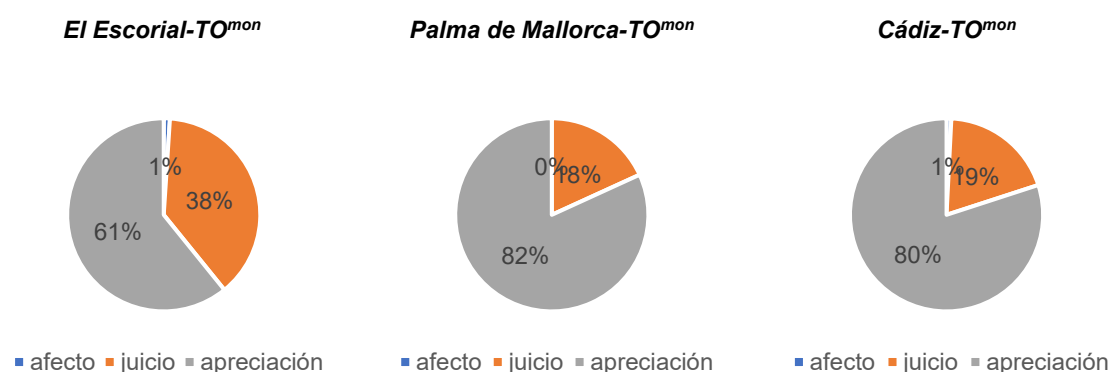
No queda duda de que las tres versiones monárquicas de las hojas de ciudades presentan grandes similitudes, pero también algunas diferencias llamativas.

Los sistemas de valores que construye el autor del TO con la expresión de la valoración son diferentes en cada hoja. En *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* el autor crea una escala de valores comparativa que clasifica varios grupos; en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*, el autor ensalza las bellezas de tres zonas geográficas de la isla; en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, el autor valora dos grupos opuestos entre sí, alabando a uno y condenando al otro. Eso sí, todos los autores de los originales adoptan “la identidad de experto[s]” (Calvi 2016: 19) de los lugares que promocionan.

La mayor parte de la actitud en las hojas de ciudades se expresa de forma directa y es de signo positivo. Cuando es de signo negativo, se concreta, sobre todo, en juicios. En cuanto al peso de las diferentes subcategorías de la actitud: la expresión del juicio es menos frecuente que la apreciación. Tal y como podemos observar en los

tres gráficos siguientes, la hoja de ciudad donde el juicio es más frecuente es en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* (casi el 40%). En *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* el juicio supone menos del 20%. La apreciación es la categoría que más se realiza, algo que consideramos lógico por tratarse de un género de promoción del turismo. El afecto se realiza muy poco o nada.

**Figura 19. Los sistemas de la actitud en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*, *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *Cádiz-TO<sup>mon</sup>***



Los autores de las hojas de ciudades se sirven de ejemplos de expresiones indirectas de actitud, que, como es visto, son fundamentales para entender la ideología y el sistema de valores subyacentes al texto de cada ejemplar. La actitud indirecta se realiza sobre todo a través de juicios indirectos (v. apartados 6.3.1.1, 6.5.1.1 y 6.7.1.1) y asociaciones, dentro de las que también habría ejemplos híbridos de apreciación y asociación (v. apartados 6.3.1.4, 6.5.1.4 y 6.7.1.4). Otras asociaciones acompañan a apreciaciones directas. En general, se emplean pocos ejemplos de lenguaje figurado. Estos datos nos sirven para discutir la tesis de Calvi (2011: 37), quien apunta que una característica de las guías es su objetividad textual. Al menos el género *hoja de ciudad* no cumpliría esta característica de las guías, aunque el propio PNT (1930: 56) las consideraba como tal (“guía mínima elemental”).

Con el fin de incidir en la posición valorada, las voces autoriales<sup>mon</sup> presentan la carga actitudinal de forma graduada, principalmente fuerza intensificada mediante lexemas aislados, superlativos y repetición de elementos (dobletes y triplete, en algunos casos). La repetición de elementos como técnica de graduación es menos frecuente en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*.

Las voces autoriales<sup>mon</sup> se expresan de manera principalmente monoglósica y cuando la monoglosia hace sitio a la heteroglosia es, en general, bastante *contractiva*. El tipo de heteroglosias que más se repite en todas las hojas de ciudades

son los ***pronunciamientos*** (según la tipología de Martin y White), que, en algunos casos, podrían considerarse también ***consideraciones***, y formarían parte de una ***categoría fronteriza***. Se trata de heteroglosias en las que el espacio dialogístico se reduce (***pronunciamiento***) o se expande mínimamente (***consideración***) y la voz autorial interviene explícitamente para enfatizar información importante para el lector o para recomendarle. Por tanto, consideramos acertado denominar este tipo de heteroglosias ***recomendaciones***. Como ya hemos mencionado, estas realizaciones y otras de la posición deíctica se localizan en las últimas páginas de las hojas de ciudades, donde parece que los autores de los originales se implican más o muestran de forma más explícita su intervención en el TO. En el plano del compromiso, la voz autorial de *Cádiz-TO<sup>mon</sup>* es algo más ***expansiva*** que los otros dos ejemplos. Estos resultados nos permiten confirmar la tesis de Calvi (2011: 37) de que en las guías sobresale la función informativa y prescriptiva, y que esta última se realiza normalmente de forma atenuada a través de sugerencias y recomendaciones. Parece que el grado de prescripción del que habla Calvi se eleva en los ***pronunciamientos*** y se reduce en las ***consideraciones***.

En cuanto al tipo de lectores que proyectan las hojas de ciudades y las pistas sobre ellos que hemos identificado y analizado, efectivamente las hojas de ciudades respondían a los intereses intelectuales del público más culto, que demandaba conocimientos en diferentes facetas, al que asesoraban y le guiaban (Calvi 2010: 18).

De los análisis expuestos hemos obtenido resultados que revelan la agentividad del traductor, que deja huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida, lo que demuestra su implicación y cierto distanciamiento con respecto al original. Este distanciamiento influye en cierta pérdida de intensidad axiológica del TO.

Se han identificado diferentes decisiones que toma el traductor que son observables en la voz autorial traducida de las versiones monárquicas de las tres hojas de ciudades.

La primera intervención del traductor es observable principalmente en la posición deíctica. Concretamente el traductor no adapta los indicadores de posición deíctica pertenecientes a la ***categoría nosotros identitario inclusivo*** (todos los españoles) a la cultura meta, es decir, el traductor mantiene visible el sistema cultural original para el

lector-visitante alemán<sup>183</sup>. El traductor orienta las normas hacia la cultura origen (*principio de la adecuación* sugerido por Toury 1980, 1995/2012) y acerca el texto, la lengua y la cultura origen a los lectores (extranjerización). Haciendo esto, el traductor no rema a favor del pacto de traducción al que se refiere Alvstad (2014: 281). Esto significa que el lector-visitante alemán sabe que está leyendo una traducción. A nuestro juicio, esta medida conlleva cierta desalineación con el lector-visitante alemán y distanciamiento entre el traductor (/la traducción) y el lector-visitante.

Las razones de esta elección podrían estar en la inseguridad del traductor, quien es consciente de los límites de su agentividad a la hora de realizar una traducción más libre y adaptada a la cultura meta (domesticada). Otra de las razones que explicarían esta decisión sería la existencia de desigualdades de poder entre los diferentes participantes que integran la red de producción de las traducciones de las hojas de ciudades, lo que conlleva que la agentividad del traductor se vea comprometida por la gran agentividad del Patronato Nacional del Turismo, organismo de publicación de los textos que quiere dejar clara su figura de autoridad.

La intervención del Patronato Nacional del Turismo como agente en el proceso de traducción es rastreable también en el plano de la posición deíctica. En general, el traductor añade más indicadores de posición deíctica identitarios exclusivos (el PNT como institución turística). Con ello, busca resaltar el papel del Patronato Nacional del Turismo como la figura de autoridad responsable de la publicación que garantiza la exactitud de los contenidos de la hoja de ciudad.

La segunda intervención del traductor es observable en los diferentes sistemas de la expresión de valoración y está relacionada con las variaciones y las omisiones que realiza, que resumimos a continuación.

Las variaciones más destacables se encuentran en el plano del compromiso y de la posición deíctica. Mientras los autores de los TO realizan las *recomendaciones* generalmente a través de oraciones impersonales, los traductores optan por emplear el verbo en la primera persona del plural en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*. En *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, por el contrario, se mantiene la impersonalidad de las oraciones en la traducción. El traductor utiliza más indicadores de posición deíctica identitarios exclusivos referidos o bien a la institución turística (agentividad del PNT) o bien al lector-(futuro) visitante alemán (apelación al receptor). Esto les aporta mayor

---

<sup>183</sup> También en *Los jardines de España-TM*.

visibilidad en el TM. También, en todas las hojas de ciudades (*Cádiz-TO<sup>mon</sup>* en la que más) hay generalmente una atenuación de la graduación, lo que podría implicar una menor inversión del traductor en la posición valorada (que afecta a la pérdida de intensidad axiológica del texto).

En cuanto a las omisiones, a menudo conllevan la eliminación de expresiones directas e indirectas de actitud, como las asociaciones<sup>184</sup> que son clave para comprender correctamente el sistema de valores de los textos y, por tanto, la ideología subyacente a los mismos.

Como hemos señalado anteriormente, todas estas decisiones hacen que la traducción tenga un discurso más directo, más claro y más apelativo que el TO y son un intento por restar dificultad al texto, simplificándolo y facilitando la lectura para el lector alemán. Esto apoyaría la hipótesis de House (2011: 189, citado en Munday 2012: 64), quien sostiene que el alemán es una lengua que tiende a orientarse al contenido y se caracteriza por ser principalmente directa y explícita.

Por último, al igual que sucede a nivel macrotextual, creemos que los traductores poseían también la *competencia de género* mencionada por Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2) a nivel textual.

---

<sup>184</sup> El traductor recurre a la técnica del calco en la mayor parte de las asociaciones.



## **7 ESTUDIOS DE CASO: LAS REEDICIONES REPUBLICANAS DE LAS HOJAS DE CIUDADES *EL ESCORIAL*, *PALMA DE MALLORCA* Y *CÁDIZ* Y SUS TRADUCCIONES AL ALEMÁN**

### **7.1 Contextualización de los estudios de caso: las reediciones republicanas de las hojas de ciudades *El Escorial*, *Palma de Mallorca* y *Cádiz* y sus traducciones al alemán**

#### **7.1.1 El Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana (1931-1939)**

Tal y como recogemos en el apartado 2.1.4, con la llegada de la Segunda República, el 14 de abril 1931, se reestructuró la actividad turística española y el Patronato Nacional del Turismo<sup>185</sup> sufrió cambios significativos. Esta segunda fase se caracteriza por ser una etapa de crisis internacional e inestabilidad política y social nacional, por lo que fomentar el turismo no fue una tarea sencilla.

Como sabemos, la República<sup>186</sup> defendió un mayor control administrativo y presupuestario del PNT, lo que, como era de esperar, influyó en la promoción turística. Sin duda, una de las medidas más relevantes a nivel internacional fue el cierre de las Agencias del PNT en algunas de las capitales más importantes del mundo: Londres, Roma, Múnich, Nueva York y Buenos Aires (Pellejero Martínez 2018: 355). Esta medida supuso que disminuyeran las opciones de informar directamente a potenciales turistas extranjeros.

---

<sup>185</sup> Para más información sobre el Patronato Nacional del Turismo en su fase republicana, remitimos al apartado 2.1.4.

<sup>186</sup> Recordemos que en esta tesis doctoral se refiere siempre a la Segunda República española (1931-1939).



Así, y con el fin de continuar cumpliendo, en cierta medida, con sus objetivos turísticos, los responsables del PNT recurrieron a otros instrumentos de promoción turística dentro y fuera del país, como fueron los viajes de estudiantes, profesores y periodistas extranjeros, los concursos de textos literarios y artículos periodísticos, las actividades promocionales en radio y cine, etc. También se aprovecharon los esfuerzos del PNT monárquico y se reeditó material turístico ya publicado, como el que es objeto de estudio en este capítulo que forma parte del catálogo y del corpus (v. Anexo III y Anexo IV de los epígrafes 13.3 y 13.4 de esta tesis doctoral).

### **7.1.2 La labor de reedición republicana de la serie “hojas de ciudades” en el Patronato Nacional del Turismo (1933)**

Durante la Segunda República, el Patronato Nacional del Turismo vio mermados su personal y sus recursos económicos por lo que editar y publicar material turístico completamente nuevo se convirtió en una misión inviable. Así, en 1933 el PNT ordenó reeditar las hojas de ciudades en español publicadas durante la fase monárquica<sup>187</sup>. Además, precisamente el año 1933 fue uno de los más activos de la República en hacer propaganda turística, dando lugar a unos gastos desorbitados (Correyero Ruiz y Cal 2008: 193).

Sabemos que el PNT monárquico contaba con el Negociado de Interpretación de Lenguas, que disponía del personal necesario para llevar a cabo labores de traducción y que, en 1930, tras una reorganización transitoria que afectaba a las Oficinas Centrales, el PNT suprime este Negociado<sup>188</sup>.

También conocemos que el PNT pasa a depender económicamente de los Presupuestos del Estado<sup>189</sup> en 1931, con lo que se inicia una fase de austeridad presupuestaria. El 1 de abril de 1932 aparece, por primera vez, en la *Gaceta de Madrid*, el PNT incorporado en los Presupuestos del Estado. Además, en el presupuesto de gastos para el año económico de 1933<sup>190</sup> se consigna una partida para trabajos de traducción, como mostramos en la siguiente ilustración:

---

<sup>187</sup> De todas las hojas de ciudades reeditadas publicadas, cuatro ejemplares forman parte de nuestro catálogo.

<sup>188</sup> Real Decreto de 2 de julio de 1930.

<sup>189</sup> Decreto de 4 de diciembre de 1931.

<sup>190</sup> *Gaceta de Madrid*, 29 de diciembre de 1932.

Gaceta de Madrid.—Núm. 364 29 Diciembre 1932			2203	
Capítulos.	Artículos.	DESIGNACION DE LOS GASTOS	CREDITOS PRESUPUESTOS	
			Por artículos.	Por capítulos.
		<i>Suma anterior.....</i>		28.332.645,00
		<i>Material y alquileres.</i>		
15	Unico.	Material y alquileres .....	2	1.720.100,00
		PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO		
		<i>Personal.</i>		
16	1.º	Oficinas centrales .....	176.000,00	
»	2.º	20 por 100 sobre los haberes del personal del Cuerpo técnico-administrativo y escala auxiliar (Decreto de 28 de Octubre de 1931) .....		
»	3.º	Asesorías técnicas .....	35.200,00	
»	4.º	Retribuciones por servicios técnicos, traducciones, estudios estadísticos y legislativos de turismo.....	14.000,00	
»	5.º	Agencias en el extranjero.....	30.000,00	
»	6.º	Oficinas de información .....	72.470,00	
		<i>Material.</i>	218.000,00	545.670,00

**Ilustración 43. Presupuesto de gastos para el año económico de 1933**

En resumen, el PNT monárquico, dentro del Negociado de Interpretación de Lenguas, contó hasta 1930 con el personal necesario para llevar a cabo labores de traducción del español, francés, inglés, alemán y viceversa. Tenemos constancia de que los servicios de traducción se contratan de forma externa durante la fase republicana a partir de la incorporación del PNT a los Presupuestos del Estado. A modo de conclusión, todo parece apuntar que, en el momento de la reedición republicana de las hojas de ciudades traducidas al alemán, el PNT contrató los servicios de traducción de forma externa.

En 1933, el PNT ordenó reeditar no solo las hojas de ciudades monárquicas escritas en español, sino también las traducciones ya existentes de dichas hojas de ciudades. Para esta investigación, no consideramos apropiado emplear el término *retraducción* para referirnos a las *reediciones republicanas* de las hojas de ciudades traducidas al alemán, ya que no son segundas traducciones de un mismo texto origen a la misma lengua meta (Koskinen y Paloposki 2010: 294). Cada traducción republicana tenía su propio texto origen republicano. Por tanto, utilizaremos el término de *reediciones republicanas* cuando nos refiramos también a las traducciones al alemán.

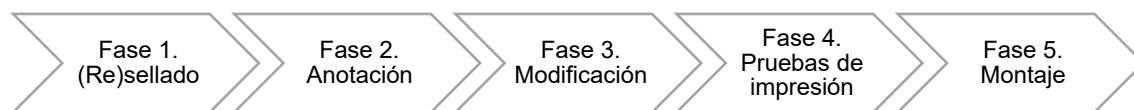
No obstante, estimamos acertado aplicar algunos conceptos desarrollados en los fundamentos teóricos del capítulo 3 de esta tesis doctoral al estudio de nuestras reediciones republicanas. Así, hemos realizado un análisis contrastivo de las versiones reeditadas republicanas con respecto a las versiones monárquicas y una revisión en profundidad del material contextual generado en el proceso de reedición, con el fin de

identificar variaciones de carácter ideológico entre las versiones y localizar indicios que los agentes implicados en el proceso pudieron dejar.

Una cuestión, que hemos tratado en el capítulo 3, es la motivación de una *retraducción*. Una de las razones sugeridas por Alvstad y Assis Rosa (2015: 14) es la de tipo ideológico o político. En el caso de la presente investigación, creemos que este sería el motivo por el que la República reeditó el material de la fase monárquica.

El material contextual ubicado en el AGA nos ha permitido conocer cómo fue el proceso de gestación de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades en español y de sus traducciones al alemán. Tomando como referencia la propuesta de Andújar Moreno (2019: 37), descomponemos el proceso de reedición en sus múltiples fases y acotamos la intervención de los agentes implicados en la configuración del resultado final (la reedición española y la reedición de la traducción al alemán).

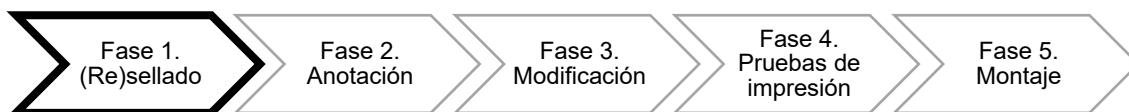
Así, los resultados obtenidos nos hacen pensar que las fases que componen el proceso de reedición pudieron haber sido las siguientes:



**Figura 20. Fases del proceso de reedición republicana (1933)**

Cabe mencionar que, cuando empleamos el término *proceso de reedición*, nos referimos indistintamente al proceso de reedición de las hojas de ciudades originales en español y de las traducciones al alemán. En los siguientes subapartados revisamos los datos más destacables de las principales fases del proceso de reedición.

### 7.1.2.1 Fase de (re)sellado



Sabemos que el primer paso que dio la República fue estampar su sello sobre la mayor parte del material publicado en la fase monárquica. Esta es una práctica habitual en el ámbito administrativo estatal que tiene lugar cuando hay cambios organizativos o de gobierno.

El sellado implicaba dos cuestiones interesantes. Por un lado, la República daba por bueno el material turístico ya publicado del Patronato Nacional del Turismo monárquico, aunque, como veremos en la siguiente fase, llevará a cabo algunas modificaciones. Por otro, el resellado implicaba una supremacía mucho más explícita del poder político sobre el poder turístico. Como ya venimos advirtiendo a lo largo de esta investigación, el PNT representaba al Gobierno de España que, a su vez, representaba a un grupo de poder dominante. Las reediciones republicanas del material turístico muestran más claramente la agentividad del poder político. Este interés por destacar al agente *República Española* frente al agente *institución turística (Patronato Nacional del Turismo)* implica un refuerzo de su posición como figura de autoridad. El agente *República Española* se hace mucho más visible en estos casos y el agente *institución turística* pasa a un segundo plano. Este hecho queda reflejado en las portadas de las hojas de ciudades reeditadas por la República, donde se elimina el nombre de la institución turística (Patronato Nacional del Turismo) para añadir en su lugar el membrete *REPÚBLICA ESPAÑOLA*, flanqueado por el escudo de España y el del PNT, tal y como mostramos más adelante (v. Ilustración 56, Ilustración 57 e Ilustración 58).

En algunos de los ejemplares monárquicos de nuestro catálogo consta el sello de la República Española sobre el sello del Patronato Nacional del Turismo. A modo de ejemplo, mostramos aquí los sellos estampados en la versión española monárquica de *Palma de Mallorca* (v. Ilustración 44) y la versión alemana monárquica de *El Escorial* (v. Ilustración 45).

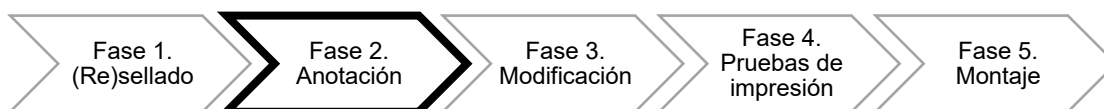


**Ilustración 44.** Sello de la REPÚBLICA ESPAÑOLA en la última página de *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>*



**Ilustración 45.** Sello de la REPÚBLICA ESPAÑOLA en la última página de *El Escorial-TM<sup>mon</sup>*

### 7.1.2.2 Fase de anotación



Una vez la Segunda República “hizo suyo” el material publicado anteriormente, se realizaron anotaciones en las versiones monárquicas que indicaban los primeros cambios que se debían efectuar. Este hecho queda constatado en diferentes ejemplares de nuestro catálogo.

A modo de ejemplo, incluimos aquí la portada y la última página de la versión alemana monárquica de la hoja de ciudad *Aranjuez*, en la que podemos observar algunas tachaduras llamativas. En la portada, se tacha el nombre de la institución turística (*PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO*) y, en el plano de la última página, se tacha *REAL SITIO DE* en *REAL SITIO DE ARANJUEZ*. Esta decisión vendría motivada, quizás, por la propia ideología republicana que rechazaba la monarquía como forma de gobierno. También observamos el sello *REPÚBLICA ESPAÑOLA* sobre el del PNT, que ya hemos mencionado en el anterior apartado.

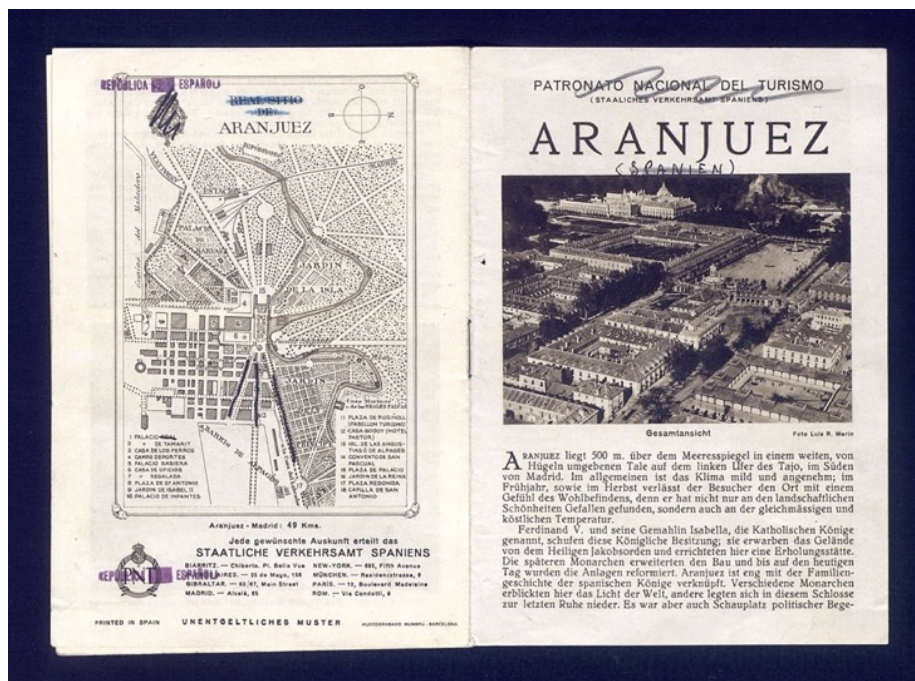
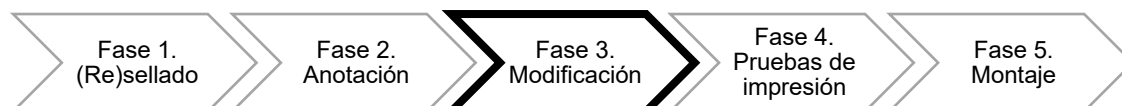


Ilustración 46. Última y primera página de la traducción monárquica de la hoja de ciudad Aranjuez<sup>191</sup>

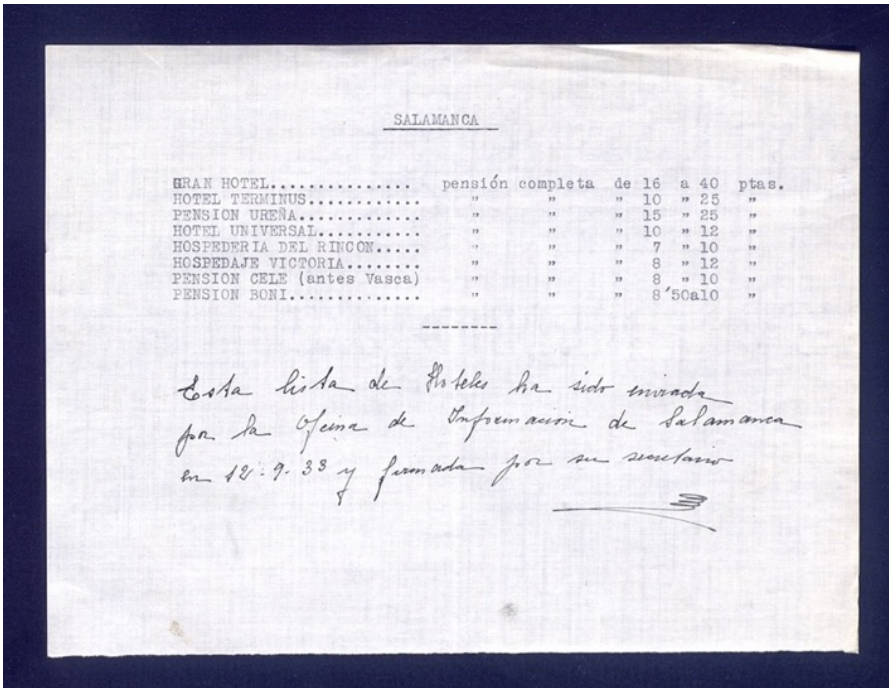
### 7.1.2.3 Fase de modificación



El PNT solicitó información a las Oficinas de Información de las diferentes provincias españolas, con el fin de actualizar los datos prácticos para los turistas, como los hoteles recomendados, las distancias más importantes entre el lugar turístico y otros puntos geográficos importantes de España y las direcciones de las Oficinas de Información del PNT.

Una prueba de ello es la lista de hoteles en Salamanca remitida el 12 de septiembre de 1933 por la Oficina de Información de Salamanca al PNT republicano en la que se incluye un párrafo manuscrito que explica este procedimiento (v. Ilustración 47).

<sup>191</sup> La hoja de ciudad Aranjuez y su traducción al alemán se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.220.



SALAMANCA	
GRAN HOTEL.....	pensión completa de 16 a 40 ptas.
HOTEL TERMINUS.....	" " 10 " 25 "
PENSION UREÑA.....	" " 15 " 25 "
HOTEL UNIVERSAL.....	" " 10 " 12 "
HOSPEDERIA DEL RINCON.....	" " 7 " 10 "
HOSPEDAJE VICTORIA.....	" " 8 " 12 "
PENSION CELE (antes Vasea)	" " 8 " 10 "
PENSION BONI.....	" " 8'50 a 10 "

-----

*Esta lista de Hoteles ha sido enviada  
por la Oficina de Información de Salamanca  
en 18.9.33 y firmada por su secretario*

*S*

**Ilustración 47. Lista de hoteles en Salamanca enviada por la Oficina de Información de Salamanca al PNT<sup>192</sup>**

Una vez recibió esta información actualizada, el PNT republicano redactó las modificaciones relativas a los datos prácticos para los turistas, ilustraciones y nombres de fotografías que se debían incluir en la reedición republicana.

En el Archivo General de la Administración, encontramos también otros listados similares escritos a máquina y normalmente adjuntos a la versión española monárquica de las hojas de ciudades (v. ejemplo de *Cádiz*: Ilustración 48 e Ilustración 49). La realización efectiva de estas modificaciones podemos constatarla en la versión republicana definitiva de la hoja de ciudad *Cádiz*<sup>rep</sup>.

<sup>192</sup> La lista de hoteles en Salamanca enviada por la Oficina de Información de Salamanca al PNT se encuentra en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.222.



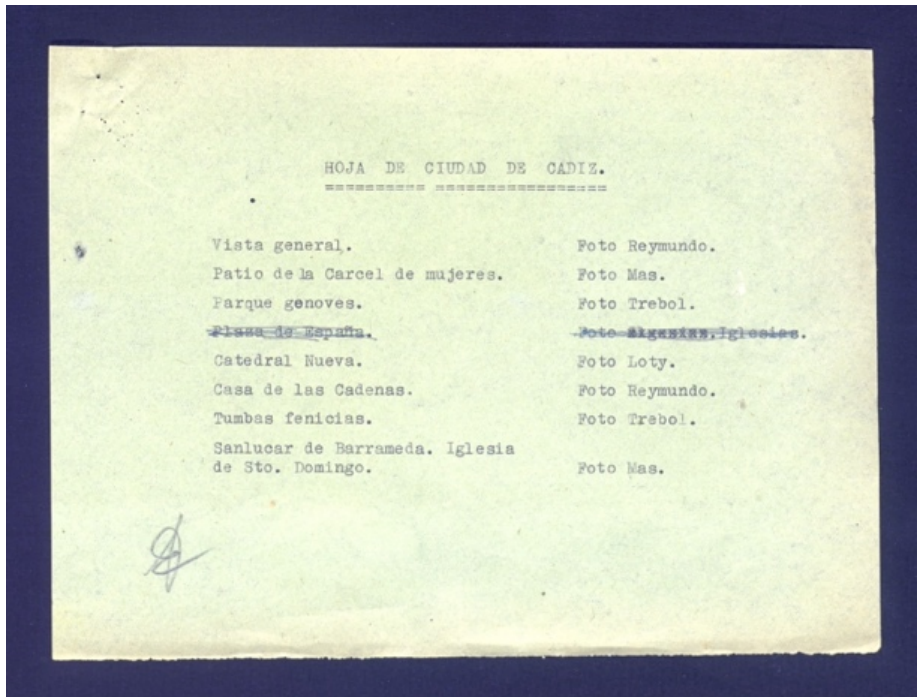


Ilustración 48. Modificaciones de la reedición republicana de la hoja de ciudad *Cádiz*: cambios en las ilustraciones y los fotografías

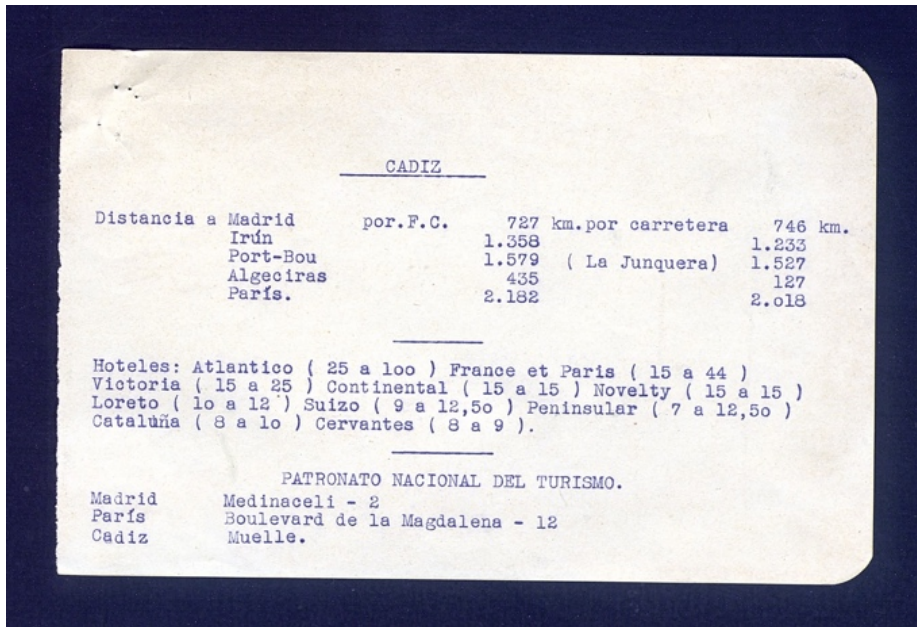
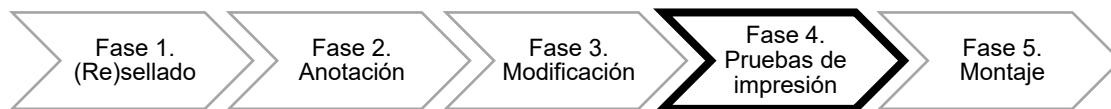


Ilustración 49. Modificaciones de la reedición republicana de la hoja de ciudad *Cádiz*: cambios en las distancias, los hoteles y las direcciones de las Oficinas de Información del PNT



#### 7.1.2.4 Fase de las pruebas de impresión



La siguiente fase era la de redacción de la primera prueba de impresión teniendo en cuenta las primeras anotaciones (fase 2) y modificaciones (fase 3) indicadas previamente por el PNT republicano.

Junto con el ejemplar alemán de *Cádiz<sup>rep</sup>* recopilamos cinco *pruebas de impresión*<sup>193</sup>, que incluimos en el Anexo V del epígrafe 13.5 de esta tesis doctoral, y que son un ejemplo representativo para mostrar cómo se gestó el proceso de reedición llevado a cabo por el PNT republicano<sup>194</sup>. El propio PNT las llama de este modo, *pruebas de impresión*, y entendemos que son las diferentes versiones de prueba de las hojas de ciudades reeditadas.

Analizando más en detalle las tres páginas de la primera prueba de impresión (v. Ilustración 50), el profesional encargado de ello escribe al margen una serie de anotaciones, que son los cambios que se deberán tener en cuenta en la siguiente prueba de impresión. Para mostrar con más detalle este hecho, se han recogido e indicado en color granate las anotaciones y correcciones al margen en los dos primeros párrafos de la primera hoja de la primera prueba de impresión tal y como aparecen en el original (v. Tabla 73).



**Ilustración 50.** La primera, segunda y tercera página de la primera prueba de impresión de *Cádiz-TM<sup>rep</sup>*

<sup>193</sup> Las hojas de impresión de la reedición de la traducción al alemán de *Cádiz* se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.221.

<sup>194</sup> En el AGA localizamos también las pruebas de impresión de otras hojas de ciudades en inglés y francés.

**Tabla 73. Transcripción de las anotaciones y correcciones al margen en la primera página de la primera prueba de impresión de *Cádiz-TM<sup>rep</sup>***

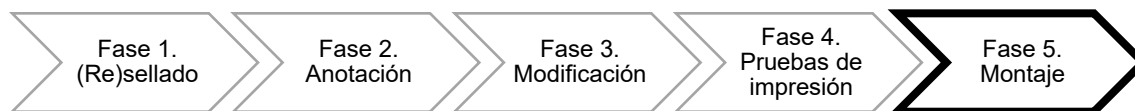
<b>Prueba de impresión</b>	<b>Anotación al margen</b>	<b>Corrección</b>
CADIX ( <b>V</b> ) ist, wie ( <b>W</b> ) alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist. (Párrafo 1)	V (80.000 Einwohner) W fast	CADIX ( <b>80.000 Einwohner</b> ) ist, wie <b>fast</b> alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist. (Párrafo 1)
Gelegentlich der in der Umgebung vorgenommenen Ausgrabungen fand <del>e</del> n man ägyptische Amulette und phönizische Sarkophage <b>V</b> , welche auf den weit zurückliegenden Ursprung der Stadt schliessen lassen. Geschichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulesssäulen und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervorragendsten. Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer Kolonie und als Rom es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten Stadt erhoben. Es war berühmt wegen der Schönheit seines Stadtbildes und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so wie früher die Unerschrockenheit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt geplündert und verfied <del>d</del> schliesslich in die Gewalt der Mauren   bis sie im Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünderungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frankreich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwadergeschütze nahmen. Und schliesslich geniesst Cadiz den Ruhm, Schauplatz der berühmten Kortess gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste Konstitution der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen. (Párrafo 2)	hat  V gefunden        ,        machen    C    konstitutionelle Verfassung	Gelegentlich der in der Umgebung vorgenommenen Ausgrabungen hat <del>a</del> n man ägyptische Amulette und phönizische Sarkophage gefunden, welche auf den weit zurückliegenden Ursprung der Stadt schliessen lassen. Geschichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulesssäulen und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervorragendsten. Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer Kolonie und als Rom es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten Stadt erhoben. Es war berühmt wegen der Schönheit seines Stadtbildes und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so wie früher die Unerschrockenheit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt geplündert und verfiel schließlich in die Gewalt der Mauren, bis sie im Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünderungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frankreich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwadergeschütze machten. Und schliesslich geniesst Cadiz den Ruhm, Schauplatz der berühmten Cortes gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste konstitutionelle Verfassung der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen. (Párrafo 2)

Como podemos observar en la siguiente ilustración, a medida que las pruebas de impresión avanzaban, la hoja de ciudad iba tomando forma. A partir de la tercera prueba de impresión se reservaba también un espacio para las ilustraciones, que se incluían al final. Estas pruebas de impresión son material contextual muy valioso para saber más acerca del proceso de reedición de las hojas de ciudades.



**Ilustración 51. El proceso de reedición republicana a través de las pruebas de impresión de *Cádiz-TM<sup>rep</sup>***

### 7.1.2.5 Fase de montaje



La última fase del proceso de reedición republicana la podemos mostrar gracias a diferentes ejemplares que recopilamos en el Archivo General de la Administración.

Uno de ellos es el montaje de la reedición republicana de la hoja de ciudad *Santander*<sup>195</sup>, que también incluimos en el Anexo V del epígrafe 13.5 de esta tesis doctoral. En este ejemplar, se puede observar una hoja principal que contiene elementos gráficos ya impresos y que actúa como soporte de diferentes recortes de fragmentos textuales. Los recortes incluyen los textos, los pies de foto de las ilustraciones, los nombres de los fotógrafos y los datos prácticos para el viajero (hoteles, distancias y direcciones de las oficinas del PNT), están pegados sobre la hoja principal y dispuestos como en la versión definitiva. De este modo, la hoja de ciudad estaría ya lista para ser llevada a la imprenta.

También disponemos del montaje de la versión alemana republicana de la hoja de ciudad *Santander* que, además, nos sirve como una prueba para la identificación del traductor<sup>rep</sup>, tal y como desarrollamos más adelante.

Además, como ya hemos señalado, las pruebas de la última fase del proceso de reedición son los montajes de las versiones republicanas. Estos montajes forman parte de nuestro material contextual por su gran valor documental, ya que muestran la agentividad de los traductores que trabajaban para el PNT republicano. Como podemos observar en el montaje de la hoja de ciudad alemana republicana *Palma de Mallorca* en el Anexo V del epígrafe 13.5 de esta tesis doctoral, el traductor<sup>rep</sup> revisaba y corregía por última vez su texto realizando anotaciones al margen.

La Tabla 74 recoge la transcripción de todas las anotaciones al margen realizadas por el traductor<sup>rep</sup> en el montaje de la traducción republicana de *Palma de Mallorca*<sup>196</sup>.

---

<sup>195</sup> El montaje de las versiones republicanas (española y alemana) de la hoja de ciudad *Santander* y sus pruebas de impresión se encuentran en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.223.

<sup>196</sup> A modo aclaratorio, la traducción republicana se ha transcrito tal y como figura en el texto original. En la transcripción, las correcciones al margen de la traductora se han indicado con formato subrayado.

**Tabla 74. Anotaciones al margen en el montaje de *Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>***

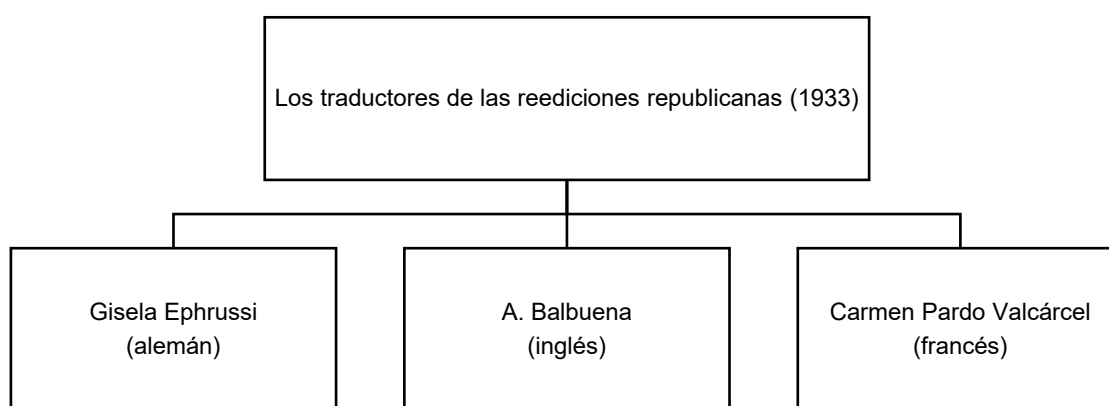
Prueba de impresión	Anotación al margen	Corrección
englischer (2)	n	englischen
wird Zu (3)	.	wird. Zu
ster-blichen (3)	-	sterb-lichen
Brustweher (4)	e	Brustwehr
Wendetreppe (4)	l	Wendeltreppe
mandie (4)	#	man die
Cons-titución (4)	-	Con-stitución
Säulengalerie (4)	a	Säulengalerie
15 Jahrhundert (5)	.	15. Jahrhundert
Doch sind es nicht allein die städtischen Reize von Palma, so gross sie auch sein mögen, vor allem dadurch, dass sie von der für echt spanisch gehaltenen der übrigen alten Städte der Halbinsel ganz verschieden sind, die den Reisenden nach Mallorca locken. (5)	( )	Doch sind es nicht allein die städtischen Reize von Palma, so gross sie auch sein mögen (vor allem dadurch, dass sie von der für echt spanisch gehaltenen der übrigen alten Städte der Halbinsel ganz verschieden sind) die den Reisenden nach Mallorca locken. (5)
Lanchschat (7)	f	Landschaft
wolen (7)	l	wollen
stattfiindet	[ILEGIBLE]	Stattfindet

Otra prueba concluyente para mostrar la agentividad del traductor<sup>rep</sup> es su firma manuscrita<sup>197</sup> al margen izquierdo de la última página de los montajes.

A modo de ejemplo, mostramos la firma que incluyen los montajes de *Santander* (v. Ilustración 52) y *Palma de Mallorca* (v. Ilustración 53), que indicamos en rojo. Podemos afirmar que se trataba de una mujer y su nombre era *Gisela Ephrussi*. También podemos sostener que el PNT republicano contó con la misma traductora, *Gisela Ephrussi*, para la reedición alemana de todas las hojas de ciudad, puesto que consta su firma en todas las pruebas de impresión y en los montajes, que forman parte de nuestro material contextual. De aquí en adelante, haremos referencia a ella como la traductora<sup>rep</sup>.

<sup>197</sup> También figuran las firmas de los traductores de francés e inglés en otros ejemplares del AGA.

Este hecho no es algo aislado. Gracias a nuestras investigaciones, también constatamos que el PNT republicano encargó los trabajos de traducción de todas las reediciones al inglés a *A. Balbuena* y los de traducción de las reediciones al francés a *Carmen Pardo Valcárcel*, puesto que su firma manuscrita también consta en los ejemplares del AGA y en el material contextual que rodea a todo el proceso de reedición. De esta forma, confirmamos que el PNT republicano contrató a los mismos traductores y que estos fueron responsables de la reedición de las traducciones de todos los ejemplares a su lengua de trabajo.



**Figura 21. Los traductores implicados en el proceso de reedición republicano (1933)**

Los montajes nos sirven también para identificar a otros participantes implicados en el proceso de reedición republicano. Al margen derecho de la última página de los montajes de *Santander<sup>rep</sup>* observamos otros sellos cumplimentados parcialmente a mano, que indicamos en morado (v. Ilustración 52). En el primer sello se lee: “Recibidas el 6 NOV. 1933 y entregadas a la traductora”. En el segundo sello se lee: “Páginas 1 a 8 de 9 NOV. 1933” y se incluye la firma del Jefe de la Sección: *P. Río Cosa*. También contiene una anotación en tinta (“según correcciones”).

En resumen, y a modo aclaratorio, creemos que el proceso era el siguiente:

1. la imprenta envió el montaje a la Sección de Publicaciones, que recibió el montaje el 6 de noviembre de 1933;
2. la Sección de Publicaciones envió el montaje a la traductora para su última revisión;
3. la traductora realizó las correcciones oportunas al margen y en tinta y devolvió el montaje anotado y corregido a la Sección de Publicaciones;
4. la Sección de Publicaciones recibió la versión anotada y corregida por la traductora el 9 de noviembre de 1933 y el Jefe de la Sección *P. Río Cosa* hizo constar con su firma la recepción del montaje.

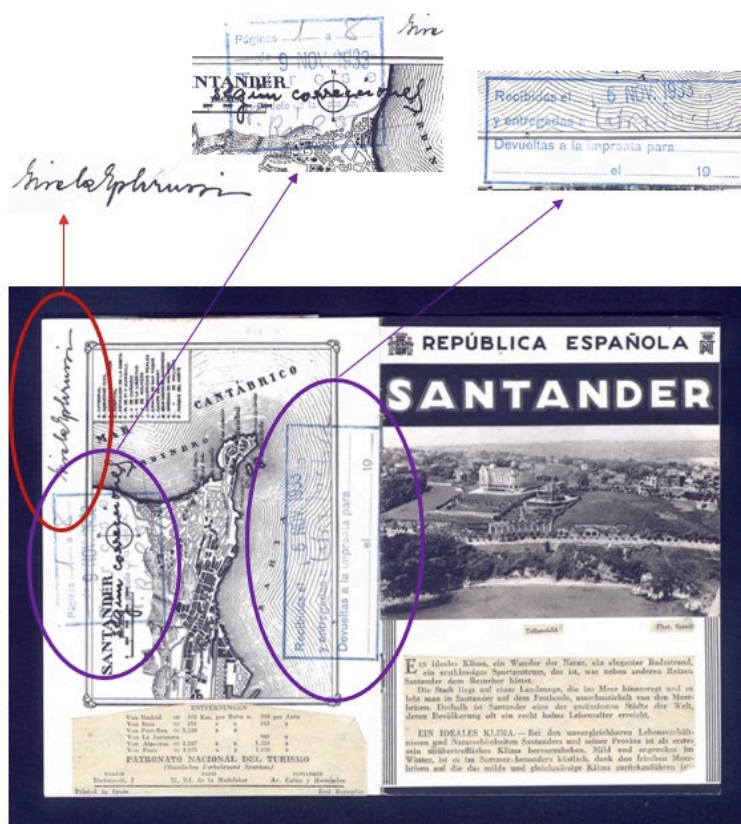


Ilustración 52. Última página y portada del montaje de la traducción al alemán de la hoja de ciudad *Santander* (versión republicana)



En el caso del montaje de *Palma de Mallorca* (v. Ilustración 53), solo se incluye un sello en el que se lee: “Recibido el 19 OCT 1933 y entregadas a la traductora. Devueltas a imprenta para nueva prueba el 21 de OCT 1933”. La última parte del sello fue cumplimentada por el Jefe de la Sección de Publicaciones: *R.C. (Río Cosa)*. Por tanto, una vez más, creemos que el proceso era el siguiente:

1. la imprenta envió el montaje a la Sección de Publicaciones, que lo recibió el 19 de octubre de 1933;
2. la Sección de Publicaciones envió el montaje a la traductora para su última revisión;
3. la traductora realizó las correcciones oportunas al margen y en tinta y devolvió el montaje anotado y corregido a la Sección de Publicaciones;
4. la Sección de Publicaciones recibió la versión anotada y corregida por la traductora y el Jefe de la Sección *R.C.* hizo constar su recepción con su firma;
5. la Sección de Publicaciones las devolvió a la imprenta para nueva prueba el 21 de octubre de 1933.



Ilustración 53. Última página y portada del montaje de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca* (versión republicana)



Como observamos, estos procesos de revisiones definitivas se realizaron en periodos de tiempo muy cortos y la comunicación entre la imprenta, el Jefe de la Sección de Publicaciones y la traductora era fluida e ininterrumpida.

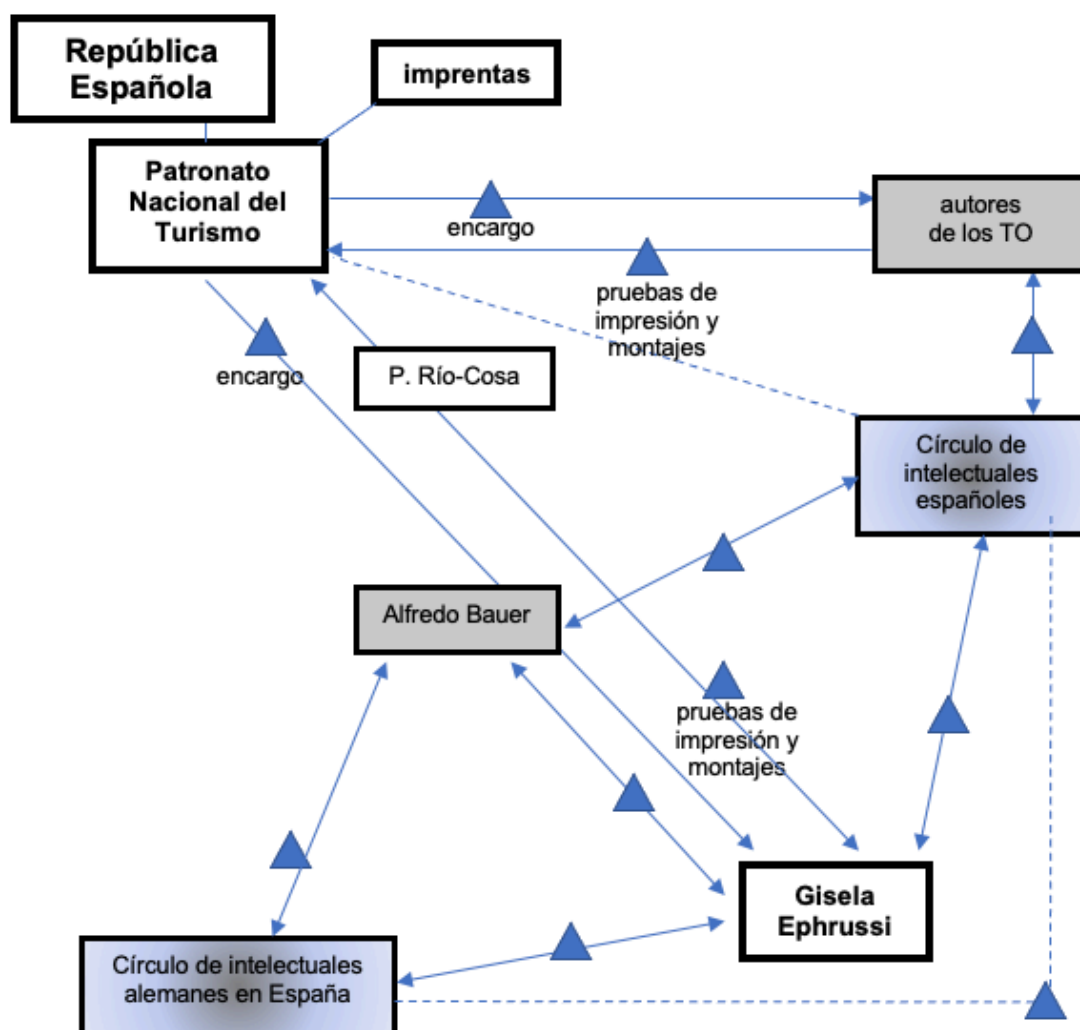
Tanto la firma manuscrita de la traductora de alemán como el sello aparecen también en otros ejemplares de nuestro catálogo.

A la luz de estos resultados, podemos afirmar que Gisela Ephrussi trabajó como traductora para el PNT republicano, que la llamó de ese modo (v. *la traductora*, sellos anteriores) y fue la responsable de la reedición alemana de las hojas de ciudades. Con el fin de aportar luz al proceso de reedición de las hojas de ciudades (en español y en alemán), hemos llevado a cabo una investigación de los participantes implicados en este proceso y cuyos resultados más interesantes presentamos a continuación.

### **7.1.3 Los participantes implicados en el proceso de reedición republicano de la serie “hojas de ciudades” en el Patronato Nacional del Turismo (1933)**

Como es lógico, las labores de redacción y traducción turísticas dentro del Patronato Nacional del Turismo en la fase republicana y los diferentes participantes, que influyeron en estos procesos, son similares a los resultados obtenidos en el apartado 6.1.3 sobre la red de producción de la serie “hojas de ciudades” en español y su traducción al alemán (1929-1930). En este apartado, nos centraremos en describir las particularidades de esta nueva red y las principales diferencias con respecto a la red de producción de la serie “hojas de ciudades” de la fase monárquica.

El material contextual depositado en el AGA nos ha permitido explorar cómo se gestó el proceso de reedición republicano, descomponerlo en sus diferentes fases, conocer a los principales agentes implicados en cada fase y reconstruir gráficamente la red de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al alemán (1933). Como podemos observar en la Figura 22, la gran cantidad de datos contextuales recopilados durante el trabajo de campo ha hecho posible reconstruir esta red con mucha más exactitud que el resto de las redes anteriormente presentadas.



**Figura 22. Mapa de la red de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al alemán en 1933<sup>198</sup>**

A modo de recordatorio para el lector, utilizamos el término *agentes* para referirnos a los participantes observados en estos procesos. Indicamos los agentes con rectángulos y otros elementos no humanos mediante triángulos. Además, señalamos con líneas continuas las interacciones entre los agentes que conocemos y estudiamos, mientras que utilizamos las líneas discontinuas para las interacciones pendientes de exploración.

<sup>198</sup> Elaboración propia a partir de Tahir-Gürçağlar (2007), Jones (2009) y Abdallah (2011).

A continuación, presentamos (también ordenados de mayor a menor agentividad y poder de influencia en la red) a los participantes observados en la red de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al alemán (1933).

El Patronato Nacional del Turismo continúa siendo uno de los agentes más poderosos en esta red y uno de los puntos centrales de la misma<sup>199</sup>. Según los diferentes tipos de autoría, que recogen Jansen y Wegener (2013: 23-24), el Patronato Nacional del Turismo sería el *autor ejecutivo, declarativo y revisor*. Sin embargo, a diferencia de las redes de la fase monárquica, durante la fase republicana la institución pasa a un segundo plano. Así, siguiendo la propuesta de Jansen y Wegener (2013: 23-24), el PNT sería el *autor ejecutivo y revisor*, pero, esta vez, no sería el *autor declarativo principal*, sino que sería el *declarativo secundario o el autor co-declarativo*, puesto que sí figura como organismo de publicación, pero pasa a un segundo plano, siendo el *autor declarativo principal* la República (Española).

Sin duda, la República es el agente más poderoso de la red, lo que supone una supremacía mucho más explícita del poder político sobre el poder turístico. Como hemos mencionado en las fases del proceso de reedición y veremos más adelante, la intervención del agente República Española y su interés por reforzar su figura de autoridad frente a la institución turística es visible a nivel macro y microtextual.

Dentro del Patronato, hemos seguido la pista al agente cuya firma e iniciales (*P. Río Cosa* y *R.C.*) constaban en los sellos cumplimentados a mano de la fase de montaje (v. apartado 7.1.2.1.5). Se trata de Manuel Pérez Río-Cosa, Jefe de la Sección de Publicaciones en 1933, que, como hemos indicado anteriormente, es el responsable de recibir los montajes anotados y corregidos por la traductora (Gisela Ephrussi), dar el visto bueno y devolverlos a la imprenta<sup>200</sup> para realizar una nueva prueba de impresión. Como funcionario del PNT, creemos que tuvo cierta relevancia en la red, por eso lo indicamos mediante un rectángulo con fondo gris. No obstante, su agentividad como funcionario estaba supeditada a la República. Nos detendremos en la figura del funcionario del PNT Manuel Pérez Río-Cosa en el apartado 7.1.3.1.

---

<sup>199</sup> Esta red se puede interpretar de dos formas, según dónde se localice el punto central, que en este caso son dos y hemos indicado mediante rectángulos con fondo blanco:

- a) la traductora: Gisela Ephrussi, como propone Bogic (2010);
- b) el organismo de publicación: Patronato Nacional del Turismo (y su imprenta), como proponen Tahir-Gürçağlar (2007), Abdallah (2011) y Boll (2016).

<sup>200</sup> Imprentas: DEO S.A. Barcelona (*El Escorial* y *Cádiz*); SEIX Y BARRAL HNOS (*Palma de Mallorca*).

Otros agentes importantes en esta red fueron los autores de las reediciones republicanas en español (indicados mediante un rectángulo con fondo gris), que se integran en la red al aceptar su papel como escritores para el PNT. Como sucedía en la red de las versiones monárquicas en español, por nuestras investigaciones, creemos que los autores de los textos originales no disponían de tanto poder de influencia en la red como los escritores de la serie “hojas plegables”, que eran escritores de renombre con una carrera literaria significativa a sus espaldas.

En cuanto a los agentes traductores, como sabemos, en 1933, ya no existía el Negociado de Interpretación de Lenguas de las Oficinas Centrales del PNT, que era el Negociado responsable de la traducción y disponía del personal necesario para llevar a cabo esta labor. Durante la República, el PNT contrató de forma externa los trabajos de traducción. Estos traductores contratados por el PNT son el segundo punto central de la red. En concreto, para la reedición de las traducciones al alemán contó con Gisela Ephrussi, para las traducciones al inglés con A. Balbuena y para las traducciones al francés con Carmen Pardo Valcárcel.

La traductora de alemán Gisela Ephrussi se integra en la red al aceptar su papel como traductora. Gisela Ephrussi anota y corrige las pruebas de impresión de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades en alemán y los montajes de estas. Su bagaje cultural y social, su estatus aristocrático y de poder en la sociedad española de comienzos de los años treinta y sus conocimientos lingüísticos son las principales razones por las que se integra en la red. Creemos que el papel que juega su esposo, Alfredo Bauer (indicado mediante un rectángulo con fondo gris), a la hora de intervenir para que ella obtuviera el trabajo en el PNT, pudo ser fundamental. Gracias a los datos biográficos de que disponemos, podemos afirmar que Alfredo Bauer tuvo una amplia red de contactos en la Administración española. Desarrollaremos más específicamente aspectos relevantes sobre la figura de la traductora de alemán Gisela Ephrussi y su esposo, Alfredo Bauer, en el apartado 7.1.3.1.

Los rectángulos con fondo degradado indican los grupos socio-culturales que también influyeron en la red (círculo de intelectuales españoles y alemanes en España).

Los elementos no humanos continúan siendo los mismos que en la red de producción de la serie “hojas plegables”. En este caso, incluimos dentro de la categoría “elementos no humanos”: el encargo de traducción, la remuneración económica de los

traductores por sus servicios, las hojas de impresión y los montajes de las hojas de ciudades en alemán anotados y corregidos por la traductora Gisela Ephrussi.

Por las mismas razones expuestas en el epígrafe 6.1.3, disponemos de material contextual suficiente para sostener que la comunicación entre el PNT y los agentes traductores de esta red también fue fluida y que los agentes implicados *colaboraron* entre ellos y facilitaron el trabajo (v. fechas de los sellos de los montajes). En este caso, la agentividad de los participantes menos poderosos (autores TO y traductores) también se ve comprometida por la de los más poderosos (República y PNT). Tampoco parece probable que existieran *fases de suspensión* (Jansen 2017: 140-156) en el proceso de traducción debido a la rapidez con la que el PNT también reeditó y publicó la serie (en menos de un año). Afortunadamente y como hemos presentado en el apartado 7.1.2, el PNT realizó también aquí un seguimiento de todo el proceso de reedición y reflejó todos sus pasos por escrito archivándolos de forma administrativa.

En definitiva, aunque somos conscientes de que existieron ciertas desigualdades de poder entre los integrantes de la red, creemos que el contexto de reedición de las traducciones de la serie “hojas de ciudades” apunta más hacia un paradigma de colaboración entre los participantes (ANT de Latour), que hacia uno de competición (teoría social de Bourdieu), al igual que sucedía en la red de producción de la serie “hojas plegables”.

En los apartados siguientes revisamos los datos más relevantes de dos de los agentes de esta red: Manuel Pérez Río-Cosa y Gisela Ephrussi. Con el fin de conocer factores importantes que pudieron influirles en su papel en la red, hemos realizado una investigación sobre su vida personal y profesional. Al tratarse de un estudio retrospectivo y ante la imposibilidad de contactar directamente con los agentes de aquella época, tuvimos que recurrir a diferentes búsquedas en la *web*, donde, afortunadamente, conseguimos dar con datos personales y profesionales que consideramos relevantes para la presente investigación.

### 7.1.3.1 El agente funcionario Manuel Pérez Río-Cosa (1888-1958)

Investigar la labor de Manuel Pérez Río-Cosa en el PNT ha sido posible gracias a que el mismo hizo constar su autoría con su firma (*P. Río Cosa*) y sus iniciales (*R.C.*) en los sellos de los montajes de las hojas de ciudades traducidas al alemán y reeditadas por la República. Estas pruebas textuales nos permitieron seguirle la pista.

Según nuestras averiguaciones<sup>201</sup>, Manuel Pérez Río-Cosa nació en 1888 en Motril, Granada (España). Su padre trabajó como administrador del marqués de Bornos.

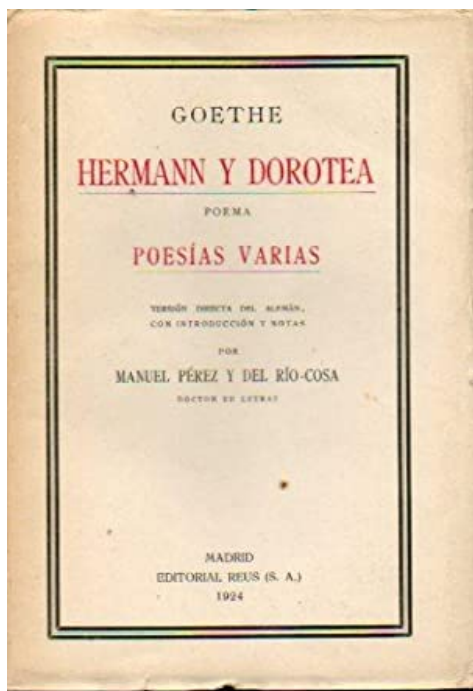
En 1900, toda la familia se trasladó a vivir a Madrid. Estudió en diferentes ciudades españolas: Navarra, Pamplona y Salamanca, donde fue discípulo de Miguel de Unamuno (1864-1936). También estudió en Bilbao y, finalmente, en 1911, se graduó en Filosofía y Letras por la Universidad de Granada. Trabajó en la Biblioteca de la Universidad de Granada y en la Biblioteca Nacional de Madrid. En 1913 defendió su tesis doctoral como Doctor en Letras.

Además, no sólo trabajó como funcionario del PNT (1933), sino también como traductor de inglés. De hecho, realizó la primera traducción en español de *Los cuentos de Canterbury* (1920) de Geoffrey Chaucer. La traducción ocupó dos volúmenes, publicados por la editorial Reus de Madrid, con prólogo de Adolfo Bonilla y San Martín. De su trabajo escribía él mismo: “No he suprimido absolutamente nada, respetando en todo el texto original, aun en los pasajes más fuertes y crudos, que no atenúo lo más mínimo”<sup>202</sup>. Además, hasta 1946, su versión de Chaucer fue la única versión que conoció el público español, y la única que se seguiría leyendo después, porque la nueva versión fue un plagio de la suya.

---

<sup>201</sup> El artículo de Julio César Santoyo (1993) trata sobre la biografía de Manuel Pérez Río-Cosa (1888-1958).

<sup>202</sup> Disponible en: <https://phte.upf.edu/dhte/ingles/chaucer-geoffrey/> [Último acceso 14.04.2023]



**Ilustración 54. Portada de la traducción al español de Hermann y Dorotea (1924) de J. W. Goethe, por Manuel Pérez Río-Cosa**

También trabajó como traductor de alemán y nos consta que tradujo al español la obra *Hermann y Dorotea* (1924) de Johann Wolfgang von Goethe, que fue publicada también por la editorial Reus de Madrid.

Manuel Pérez Río-Cosa era funcionario del PNT, así lo confirmó el Decreto de 10 de diciembre de 1931 publicado en la *Gaceta de Madrid* de 13 de diciembre de 1931.

Por su perfil, se trata, sin duda, de una persona con conocimientos en lenguas extranjeras, por lo que pudo realizar su trabajo como Jefe de la Sección de Publicaciones del PNT con éxito.

En 1930, se casó con Carmen Fernández-Quevedo Mesías.

En agosto de 1936, recién iniciada la Guerra Civil española, Manuel Pérez Río-Cosa y otros funcionarios fueron cesados del Patronato Nacional del Turismo<sup>203</sup>.

---

<sup>203</sup> *Gaceta de Madrid*, 5 de agosto de 1936.

### 7.1.3.2 La agente traductora Gisela Ephrussi (1904-1985)

Explorar la labor de la traductora Gisela Ephrussi en el PNT ha sido posible gracias a que ella misma hizo constar su autoría con su firma en los montajes de las hojas de ciudades traducidas al alemán y reeditadas por la República. Además, la letra y el sistema de anotación de las correcciones en los montajes coincide con la de las pruebas de impresión, que forman parte de nuestro material contextual. Al igual que sucede con el agente funcionario Manuel Pérez Río-Cosa, estas pruebas textuales nos permitieron seguirle la pista. En este caso, esto fue relativamente fácil por ser una persona conocida y de renombre en nuestro país.

Gisela Ephrussi nació en 1904 en Viena (Austria) en el seno de una familia aristocrática de la época<sup>204</sup>. Era hija del banquero ucraniano Victor Ritter Ephrussi y de la austriaca Emmy Henrietta Schey von Koromla. En su palacio vienés pasó su infancia y adolescencia. A diferencia de su hermano, su hermana y ella fueron educados en casa por institutrices. Se formó en pintura desde los 11 años y fue discípula del dibujante David Kohn (1861-1922) y del pintor Adalbert Seligmann (1862 -1945).

En 1925, se casó con el banquero español Alfredo Bauer en la sinagoga de Viena. Alfredo Bauer era miembro de una saga familiar de banqueros judíos. Su abuelo, Ignacio Salomón Bauer Landauer, nacido en Budapest, se instaló en Madrid en la segunda mitad del siglo XIX, como representante de la Casa Rothschild<sup>205</sup>. Alfredo Bauer fue Secretario General del Patronato Nacional del Turismo<sup>206</sup> y una persona muy influyente en aquella época, que disponía de red de contactos sólida en los círculos financieros y culturales más influyentes en España, tanto españoles como posiblemente también de habla germana, en los que, naturalmente, integra a su esposa.

Un año después de su boda, el matrimonio se trasladó a España. Cuando se instaló en España, Gisela Ephrussi amplió su aprendizaje con el pintor Fernando Álvarez Sotomayor (1875-1960).

---

<sup>204</sup> *La liebre con ojos de ámbar* (2012) es una novela del británico Edmund de Waal, quien cuenta la historia de su familia, los Ephrussi, antaño una dinastía bancaria judía europea muy rica, con sedes en Odesa, Viena y París, y compañeros de la familia Rothschild. Los Ephrussi perdieron casi todo en 1938 cuando los nazis confiscaron sus propiedades, y no pudieron recuperar la mayor parte de ellas después de la guerra, incluidas obras de arte de valor incalculable.

<sup>205</sup> Dinastía de banqueros europeos de origen judío-alemán, que ha ejercido una gran influencia económica y política desde finales del siglo XVIII. A partir del siglo XIX, acabó convirtiéndose en uno de los linajes de banqueros y financieros más influyentes del mundo.

<sup>206</sup> *Gaceta de Madrid*, 3 de mayo de 1934.



Fernando Álvarez Sotomayor fue fundamental para el lanzamiento de su discípula en España. Sabemos que la ayuda de los maestros de las academias y talleres en que se formaron las pintoras y escultoras era muy importante para la carrera de sus discípulas, gracias a su reputación y a que algunos de ellos participaban, a su vez, en los procesos de selección de artistas de los certámenes y exposiciones (Rodrigo Villena 2020: 120).

En la actualidad, Gisela Ephrussi es conocida principalmente por su labor como pintora y dibujante. Durante su estancia en España realizó distintas exposiciones, pero, sin duda, su gran debut como pintora fue la exposición que realizó en 1929 en el Museo de Arte Moderno de Madrid junto con la por entonces ya reconocida y galardonada pintora española Marisa Roësset (1904-1976) (Rodrigo Villena 2020: 110) (v. Ilustración 55). A ambas pintoras le unía un maestro común, Fernando Álvarez de Sotomayor (1875-1960), quien al parecer intervino para que Ephrussi, que era una principiante, expusiera con Marisa Roësset en 1929.

En la exposición de 1929, Gisela Ephrussi presentó veintinueve cuadros, principalmente paisajes y retratos, destacando los titulados *Balcón* y *Torero*, *Paisaje de Granada*, y varios retratos al dibujo como los de Gabriel Miró, Ortega y Gasset o Pío Baroja, y otros, fruto de una estancia en Tánger como el retrato de *Mohamed*.



**Ilustración 55. Inauguración de la exposición de las pintoras Marisa Roësset y Gisela Ephrussi en el salón de Exposiciones del Museo de Arte Moderno<sup>207</sup>**

<sup>207</sup> Fotografía de Pío publicada en *La Nación* el 2 de diciembre de 1929 (BNE).

Rodrigo Villena (2020) se refiere a la intermediación de Fernando Álvarez de Sotomayor así:

[D]ebe considerarse la previsible intermediación de Fernando Álvarez de Sotomayor, a la vez que pintor, académico y director del Museo del Prado, para que Gisela Ephrussi, alumna principiante, y en una época en que la situación económica de los Bauer empezaba a decaer, compartiera exposición con una de sus mejores discípulas, Marisa Roësset, cuya reputación ya estaba avalada con varias medallas y era compañera de taller de sus propias hijas. (Rodrigo Villena 2020: 120)

La exposición de 1929 causó revuelo en la sociedad española de aquel entonces, en la que no era frecuente que dos mujeres expusieran sus obras de arte, y fue todo un éxito. Tal y como recoge Lomba Serrano (2018: 156), esta exposición también supuso “un triunfo para la pintura de género” y las pintoras recibieron críticas favorables hasta de la prensa menos moderna. Antonio Gil Fillol, representante de este tipo de prensa, escribió:

Dos pintoras que han expuesto sus cuadros en el Palacio de la Biblioteca. Dos pintoras que han sabido conquistar en el Arte una posición moderna venciendo incluso los escrúpulos de la disciplina. Dos pintoras de hoy. Hace muy poco la pintura femenina se caracterizaba por la timidez. Era pintura de labores de colegio de monjas y recordaba siempre la confección de ornamentos sagrados. Apenas la concebíamos fuera de los bastidores de bordar o en aquellos cuadritos de cañamazo que adornaban con su torpe dibujo geométrico las paredes de las salitas de costura. [...]

Ahora ya se han borrado las fronteras del sexo. Ante los lienzos de Marisa Roësset y Gisela Ephrussi no puede hablarse de pintura femenina en el sentido en que hubiéramos hablado hace unos años [...] (Gill 1930: 21, citado en Lomba Serrano 2018: 156)

Las dos pintoras, aunque sobre todo Marisa Roësset, fueron ejemplo y referente de la nueva mujer que nació en España durante los años veinte y treinta; su arte y su modernidad sorprendieron y rompieron con las barreras de género en un mundo dominado por los hombres, alcanzando, desde muy joven, gran popularidad en el ambiente cultural, intelectual y artístico de la época.

Tal y como relata Rodrigo Villena (2020: 109),

[d]e las dos pintoras, el centro de atención principal fue Roësset, que era ya conocida en el ambiente madrileño tras haber expuesto en el Lyceum Femenino en 1927, y mucho más por haber obtenido dos terceras medallas en la Exposición Nacional de 1924 y en la Internacional de Barcelona en 1929. (Rodrigo Villena 2020: 109)

Y continúa

[a]l contrario que para Roësset, la exposición en el Museo fue para Gisela Ephrussi su puesta de largo. La joven artista pertenecía a una rica y muy bien posicionada familia de banqueros judíos, tanto por la línea paterna –su padre era Viktor Ritter von Ephrussi, aristócrata y banquero austriaco–, como por su esposo, Alfredo Bauer, uno de los representantes de la influyente banca Rothschild, que se establecieron en España a mediados del siglo XIX y llegaron a ser amigos personales del rey Alfonso XIII y a ocupar puestos en la administración municipal madrileña, en las cortes y el senado. (Rodrigo Villena 2020: 110)

Posteriormente, Gisela Ephrussi participaría en otras muestras importantes como la Exposición del Círculo de Bellas Artes de 1931 y la Exposición Nacional de Bellas Artes de 1932.

Gisela Ephrussi también fue durante algún tiempo secretaria de la Universidad Internacional de Verano de Santander. Gómez Álvarez (2014: 135) hace referencia a la consideración que Julián Marías tenía de Gisela Ephrussi, quien, al recordar cuando se conocieron en un curso de esta universidad santanderina, la describía en sus *Memorias* con estas palabras:

Las dos eran de gran belleza; Olga, más madura, serena y majestuosa; Gisela, más joven –tenía dos niños pequeños–, muy bonita, elegante, graciosa; igualmente cultas, versadas en lenguas, amigas de casi todos los intelectuales españoles. (*Memorias* de Julián Marías, citado en Gómez Álvarez 2014: 135)

Siguiendo a Gómez Álvarez (2014: 135), Julián Marías destaca en otros textos “no sólo la belleza y el encanto personal de Ephrussi, sino también su altura humana”. Gisela Ephrussi y Julián Marías mantuvieron el contacto durante toda su vida y tuvieron encuentros posteriores (Gómez Álvarez 2014: 233).

Menos conocida es el trabajo de Gisela Ephrussi como traductora. Ya hemos mencionado que su esposo, Alfredo Bauer, fue Secretario General del Patronato Nacional de Turismo y una persona muy poderosa en aquella época, con una amplia red de contactos, que creemos le abrió las puertas a un mundo de intelectuales y personas influyentes de la época en España. Como hemos incluido más arriba en la cita de las *Memorias* de Julián Marías, Gisela Ephrussi fue una mujer culta, versada en lenguas y “amiga de casi todos los intelectuales españoles”.

Durante su vida en España, queda patente que Gisela Ephrussi realiza trabajos de traducción para el PNT de forma puntual y que los compagina con su labor como pintora y dibujante. En esta segunda red tuvo que desarrollar destrezas del ámbito de

las artes y emplear otros conocimientos, por lo que desempeñó un papel diferente al de la primera. Además, estableció asociaciones con otros agentes. El PNT, por su parte, publicó también otro tipo de textos dentro de los géneros textuales de la lengua del turismo y contó con otros escritores y con otros traductores. Estos hechos prueban que la red se puede expandir en diferentes direcciones.

Con la llegada de la Guerra Civil, emigró junto a su esposo buscando refugio en México, donde llega el 10 de mayo de 1939. Fue beneficiaria de los fondos de la Junta de Auxilio de la República Española y del Servicio de Evacuación de Refugiados Españoles.

## 7.2 Análisis macrotextual de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz*

En primer lugar, nos centramos en describir las diferencias estructurales entre ambas versiones: monárquica y republicana. La estructura de las hojas de ciudades reeditadas por el PNT republicano seguía siendo la misma que la estructura de las hojas de ciudades de la fase monárquica. Las principales modificaciones introducidas por la República se localizan en la portada, en las últimas páginas de las hojas de ciudades (págs. 7 y 8) y en las ilustraciones que componen la publicación, tal y como describimos en lo que sigue.

En la portada de todas las hojas de ciudad se elimina el nombre de la institución turística (Patronato Nacional del Turismo) para añadir en su lugar el membrete *REPÚBLICA ESPAÑOLA*, flanqueado por el escudo de España y el del PNT (v. Ilustración 56, Ilustración 57 e Ilustración 58). Esta medida responde al interés de la República por reforzar su figura de autoridad frente a la institución turística, como señalamos más adelante.



Ilustración 56. Portada de la hoja de ciudad *El Escorial-TO<sup>rep</sup>*



Ilustración 57. Portada de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup>*



Ilustración 58. Portada de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>rep</sup>*

En cuanto a la modificación de las ilustraciones, en la versión republicana en español de *El Escorial* se modifican todas menos la del *Patio de los Evangelistas*<sup>208</sup> (Moreno) y no se incluyen los nombres de los fotógrafos (v. Tabla 75 y Tabla 76).

**Tabla 75. Las ilustraciones y fotógrafos en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>***

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
El Escorial visto desde un avión	Luis R. Marín
Monasterio del Escorial	Hauser y Menet
<i>Patio de los Evangelistas</i>	Moreno
Palacio. Salón de los Embajadores	Moreno
Palacio. Salón de recepciones	Moreno
Habitaciones de Felipe II. Salón del Trono	Wunderlich
Casita del Príncipe	Loty

**Tabla 76. Las ilustraciones y fotógrafos en *El Escorial-TO<sup>rep</sup>***

Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
Vista parcial del Monasterio	-
<i>Patio de los Evangelistas</i>	-
Aspecto interior de la Basílica	-
Panteón de Reyes	-
Palacio. Salón con tapices de Goya	-
Grupo orante de la Familia de Felipe II	-
Biblioteca del Monasterio	-

En la versión republicana en español de *Palma de Mallorca* sucede algo parecido: se modifican todas las ilustraciones menos la de *La Catedral* (Wunderlich) y se suprime el nombre de dos fotógrafos (v. Tabla 77 y Tabla 78).

**Tabla 77. Las ilustraciones y fotógrafos en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>***

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
Vista parcial desde el puerto	"Fomento del Turismo"
<i>La Catedral</i> <sup>209</sup>	Wunderlich
Claustro del Convento de San Francisco	Wunderlich
Palacio de la Almudaina	Mas
La Lonja	Mas
Castillo de Bellver	Mas
Jardín de la Alfabia	Mas

---

<sup>208</sup> Las modificaciones de la reedición republicana se indican en color granate.

<sup>209</sup> Las ilustraciones de las dos versiones son diferentes, pero ambas representan la misma catedral.

**Tabla 78. Las ilustraciones y fotografías en *Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup>***

Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
<i>Catedral</i>	Wunderlich
Playa de Formentor	Bestard
Carretera de San Salvador	-
Castillo de Bellver	Wunderlich
Puerto de Sóller	Wunderlich
Camino de las Cuevas de Artá	-
Regata internacional de Formentor	Bestard

Por último, y siguiendo la tendencia indicada en las otras dos hojas de ciudades, en la versión republicana de Cádiz varían todas las ilustraciones menos la de las *Tumbas Fenicias* (Trébol) y se eliminan los nombres de todos los fotografías (v. Tabla 79 y Tabla 80). Otro dato interesante es que se mantienen las instantáneas *Parque Genovés* (Trébol) y *Patio del Hospital/cárcel de mujeres* (Mas), pero su disposición es diferente. Asimismo, el PNT monárquico denomina a la segunda *Hospital de mujeres* mientras que el republicano opta por *cárcel de mujeres*.

**Tabla 79. Las ilustraciones y fotografías en *Cádiz-TO<sup>mon</sup>***

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
Vista general	Trébol
<i>Tumbas fenicias</i>	Trébol
Puerta de Tierra	Trébol
La Catedral	Trébol
Iglesia del Carmen	Trébol
<i>Patio del Hospital de mujeres</i>	Mas
<i>Parque Genovés</i>	Trébol

**Tabla 80. Las ilustraciones y fotografías en *Cádiz-TO<sup>rep</sup>***

Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
Vista general	-
<i>Parque Genovés</i>	-
Sanlúcar de Barrameda. Iglesia de Santo Domingo	-
Catedral Nueva	-
<i>Patio de la cárcel de mujeres</i>	-
Casa de las Cadenas	-
<i>Tumbas fenicias</i>	-

En cuanto a las modificaciones de los datos de interés para el futuro visitante (hoteles, distancias y oficinas de información turística), dos de los tres precios de los hoteles de la versión española republicana de *El Escorial* son más altos que en la versión monárquica.

**Tabla 81. Las diferencias en los hoteles entre *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>***

Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TO <sup>rep</sup>
HOTEL VICTORIA – Pensión completa de 17'50 a 25 ptas. HOTEL MIRAMAR Y SUIZO – Pensión completa de 15 a 27'50 ptas. REGINA HOTEL – Pensión completa de 12 a 18 ptas.	VICTORIA – Pensión completa de 20 a 37,50 pesetas MIRANDA – Pensión completa de 15 a 25 pesetas REGINA – Pensión completa de 12 a 25 pesetas

En la versión republicana de *Palma de Mallorca* se elimina el HOTEL FORMENTOR “Puerto de Pollensa”, se añaden siete hoteles más y se modifican los precios de los anteriores sin seguir ningún patrón determinado (algunos aumentan y otros disminuyen).

**Tabla 82. Las diferencias en los hoteles entre *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>***

Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TO <sup>rep</sup>
HOTEL FORMENTOR “Puerto de Pollensa” – Pensión completa de 35 a 80 ptas. HOTEL REINA VICTORIA – Pensión completa de 20 a 50 ptas. HOTEL MEDITERRÁNEO – Pensión completa de 18 a 24 ptas. GRAN HOTEL – Pensión completa 17'50 a 45 ptas. HOTEL PRÍNCIPE ALFONSO – Pensión completa de 15 a 30 ptas. HOTEL ALHAMBRA – Pensión completa 12'50 a 30 ptas. HOTEL ROYAL – Pensión completa de 18 a 24 ptas. HOTEL CALA MAYOR – HOTEL INGLÉS – HOTEL CONTINENTAL – HOTEL SUIZO – HOTEL FERROCARRIL	VICTORIA – Pensión completa de 18 a 50 pesetas GRAND HOTEL – Pensión completa de 15 a 45 pesetas MEDITERRÁNEO – Pensión completa de 18 a 40 pesetas ALFONSO – Pensión completa de 20 a 35 pesetas ROYAL – Pensión completa de 17 a 33 pesetas ALHAMBRA – Pensión completa de 15 a 30 pesetas BELLVER – Pensión completa de 12 a 25 pesetas INGLES – Pensión completa de 13'50 a 17 pesetas BALEAR – Pensión completa, 12 pesetas CONTINENTAL – Pensión completa de 9 a 12 pesetas SUIZO – Pensión completa, 10 pesetas TERMINUS – Pensión completa, 10 pesetas GARZON – Pensión completa de 9 a 15 pesetas REPLA – Pensión completa de 8 a 9 pesetas PENSION PERU – Pensión completa de 6 a 9 pesetas PENSION VILLA ROSA – Pensión completa de 6 a 8 pesetas

Finalmente, en la versión republicana de *Cádiz* se elimina el Hotel de la Playa y se añaden seis hoteles más. Menos el precio del Hotel Continental, el resto de los precios de los hoteles que se mantienen aumentan en la versión republicana.



Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TO <sup>rep</sup>
GRAN HOTEL ATLÁNTICO – Pensión completa de 33 a 60 ptas.	ATLÁNTICO—Pensión completa de 25 a 100 pesetas
HOTEL DE LA PLAYA – Pensión completa de 19 a 30 ptas.	FRANCE ET PARIS—Pensión completa de 15 a 44 pesetas
HOTEL DE FRANCE ET PARIS – Pensión completa de 17'50 a 40 ptas.	VICTORIA—Pensión completa de 15 a 25 pesetas
HOTEL CONTINENTAL – Pensión completa de 15 a 20 ptas.	CONTINENTAL—Pensión completa 15 pesetas
HOTEL VICTORIA – Pensión completa de 10 a 12'50 ptas.	NOVELTY—Pensión completa 15 pesetas
	LORETO—Pensión completa de 10 a 12 pesetas
	SUIZO—Pensión completa de 9 a 12'50 pesetas
	PENINSULAR—Pensión completa de 7 a 12'50 pesetas
	CATALUÑA—Pensión completa de 8 a 10 pesetas
	CERVANTES—Pensión completa de 8 a 9 pesetas

**Tabla 84. Las diferencias en las distancias entre *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>***

Distancias TO <sup>mon</sup>	Distancias TO <sup>rep</sup>
Distancia a Madrid: por f.c. 51 kms. Y 49 por carretera	A Madrid = 51 Km. por F.C. y 49 por carretera A Irun = 580 512 A Port-Bou = 903 A La Junquera = 832 A Algeciras = 795 773 A París = 1.403 1.336

<b>Conexiones TO<sup>mon</sup></b>	<b>Conexiones TO<sup>rep</sup></b>
Se comunica semanalmente con: Barcelona, Tarragona, Valencia, Alicante, Marsella y Argel Distancia a Barcelona 131 millas y a Valencia 141	Servicio marítimo diario (excepto los domingos) con Barcelona; bisemanal con Valencia; y semanal con Alicante, Tarragona, Marsella y Argel

<b>Distancias TO<sup>mon</sup></b>	<b>Distancias TO<sup>rep</sup></b>
Distancia a Madrid: por f. c. 727 Kms. y 746 por carretera	A Madrid = 727 Km. por F.C. y 746 por carretera A Irún = 1.358                      1.233 A Port-Bou = 1.579 A La Junquera                      1.527 A Algeciras = 435                  127 A París = 2.182                    2.018

Asimismo, a las direcciones de las Oficinas de Información del PNT en *El Escorial* y *Cádiz* se añade la dirección de la Agencia del PNT en París (PARIS - 12, Bd. Madeleine).

Por último, en la última página, se suprime el sello del PNT y se modifica el nombre de la imprenta: DEO S.A. Barcelona (*El Escorial* y *Cádiz*) y SEIX Y BARRAL HNOS (*Palma de Mallorca*). A continuación, se muestra a modo ejemplo la última página de las dos versiones de *El Escorial*. Indicamos estas modificaciones con un recuadro (v. Ilustración 59 e Ilustración 60).



**Ilustración 59.** Última página de *El Escorial-TO<sub>mon</sub>*



**Ilustración 60.** Última página de *El Escorial-TO<sub>rep</sub>*

En cuanto a las reediciones de las traducciones al alemán, se ha identificado un cambio estructural significativo. Como hemos señalado anteriormente, el PNT republicano se caracterizó por cierto caos organizativo y la austeridad presupuestaria que le llevó a cerrar las Agencias del PNT en el extranjero de Londres, Roma, Múnich, Nueva York y Buenos Aires (Pellejero Martínez 2018: 355). Con ello, se redujeron sus opciones de informar directamente a potenciales turistas internacionales. Por este motivo, desaparecen las direcciones de las Agencias del PNT en el extranjero en las versiones republicanas alemanas y se mantienen únicamente tres direcciones: la de la

Oficina de Información en Madrid, la de la Agencia del PNT en París y la de la Oficina de Información del lugar turístico promocionado (v. Tabla 87).

**Tabla 87. Las direcciones de las oficinas de información turística en *El Escorial-TM<sup>mon</sup>* y *TM<sup>rep</sup>***

Direcciones TM <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>rep</sup>
BIARRITZ. – Chiberta. Pl. Belle Vue BUENOS AIRES. – 25 de mayo, 158 GIBRALTAR. – 63/67, Main Street MADRID. – Alcalá, 65 NEW-YORK. – 695, Fifth Avenue MÜNCHEN – Residenzstrasse, 6 PARÍS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, [ILEGIBLE] ESCORIAL – Monasterio	MADRID - Medinaceli, 2 PARIS - 12, Bd. Madeleine ESCORIAL - Monasterium

### 7.3 Análisis microtextual de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz* y sus traducciones al alemán

En este apartado presentamos los resultados más relevantes del análisis comparativo microtextual de las versiones monárquicas y republicanas junto con sus respectivas traducciones y, para ello, diferenciaremos entre voz autorial<sup>mon</sup> original y traducida y la voz autorial<sup>rep</sup> original y traducida.

#### 7.3.1 Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad *El Escorial* y su traducción al alemán

A continuación, estudiamos la reedición republicana de la hoja de ciudad *El Escoria-TO<sup>rep210</sup>* y de su traducción al alemán<sup>211</sup>.

##### 7.3.1.1 Texto origen monárquico versus texto origen republicano

En general, las versiones monárquica y republicana en español son muy similares. Las modificaciones textuales más relevantes, realizadas durante el proceso de reedición republicano, se exponen a continuación.

<sup>210</sup> La reedición republicana de la hoja de ciudad *El Escorial* y su traducción al alemán se encuentran en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), F13-II-223209 y F13-I-027244, respectivamente.

<sup>211</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

La única variación llamativa relativa a la expresión de la valoración es la siguiente. Cuando el autor<sup>rep</sup> se refiere a Felipe II, sustituye el adjetivo valorativo de juicio directo (+capacidad) *gran* en el sintagma *obras de arte y muebles de tiempo del gran rey* (pág. 5) por el determinante demostrativo *aquel* en el sintagma *obras de arte y muebles de tiempo de aquel rey* (pág. 6). El uso de este determinante demostrativo implica cierta lejanía del autor<sup>rep</sup> con respecto a Felipe II. Como bien sabemos la ideología republicana es contraria a la forma de gobierno de la monarquía y a la existencia de monarcas, esto explicaría esta variación. Sin embargo, lejos de seguir esta tendencia antimonárquica, el resto valoraciones positivas sobre los gobernantes se mantienen.

El resto de las modificaciones afectan únicamente a algunos signos de puntuación. En total, el autor<sup>rep</sup> realiza 21 modificaciones de los signos de puntuación con respecto a la versión monárquica. La Tabla 88 recoge algunos ejemplos representativos de eliminación de comas (ejemplo 1), de adición de comas (ejemplo 2) y de sustitución de punto y coma por coma (ejemplo 3). La modificación más frecuente es la adición de comas (18 casos), seguida por la eliminación de comas (2 casos) y la sustitución de punto y coma por coma (1 caso). Además, el autor<sup>rep</sup> sustituye las comillas bajas por altas. Algunas de estas modificaciones son correcciones de errores sintácticos (uso erróneo de la coma o errores de concordancia) que contenía la versión monárquica. No obstante, la versión republicana no corrige todos los errores identificados en su totalidad.

**Tabla 88. Modificaciones de los signos de puntuación en *El Escorial-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>*: ejemplos representativos**

N.º	TO <sup>mon</sup>	TO <sup>rep</sup>
1	Una vez terminada, el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amador del arte, quiso hacer del Escorial, un compendio del renacimiento. (2)	Una vez terminada, el rey Felipe II, hombre riguroso pero sincero, buen administrador de sus reinos y fino amador del arte, quiso hacer del Escorial [*] un compendio del renacimiento. (2)
2	A ambos lados del Altar, los monumentos de Carlos I y Felipe II [Ø] representados con sus familias en estatuas orantes de dorado bronce, de un impresionante y soberbio efecto, obra de Leoni. (3)	A ambos lados del Altar, los monumentos de Carlos I y Felipe II, representados con sus familias en estatuas orantes de dorado bronce, de un impresionante y soberbio efecto, obra de Leoni. (3)
3	Sus estancias dieciochescas nos hablan de una historia más próxima; de Carlos IV (...) (6)	Sus estancias dieciochescas nos hablan de una historia más próxima, de Carlos IV (...) (6)

### 7.3.1.2 Traducción monárquica versus traducción republicana

En cuanto a las variaciones más sugerentes entre las voces traducidas monárquica y republicana, el ejemplo 1 de la Tabla 89 muestra cómo la traductora<sup>rep212</sup> incluye un segmento omitido por el traductor<sup>mon</sup>, que, curiosamente, sí constaba en las versiones en español. Parece como si la traductora<sup>rep</sup> no hubiera tenido en cuenta la primera traducción de la hoja de ciudad. Asimismo, la traductora<sup>rep</sup> traduce la asociación de las *Indien* [*Indias*] por *Amerika* [*América*] (ejemplo 2 de la Tabla 89), a pesar de que el autor<sup>rep</sup> mantiene las *Indias* (pág. 5) en español. El término *Indias* podría enmascarar una idea estructural de discriminación étnico racial sobre cierto grupo humano, de ahí, quizás, que en la traducción al alemán republicana se opte por *América*. Otra interpretación de esta decisión sería que el termino *Indias* podría ser una denominación específica del ámbito histórico-cultural español, no comprensible entre el círculo de receptores de la traducción.

Otra modificación destacable es la traducción de *Mas para completar este rápido repaso de las riquezas del Escorial es preciso advertir que el grandioso monumento debe ser admirado desde la montaña* (pág. 6) (ejemplo 3 de la Tabla 89). Mientras que el traductor<sup>mon</sup> opta por el término alemán *Monument*, la traductora<sup>rep</sup> escoge el término *Baudenkmal*. Ambos significan *monumento* en español, sin embargo, *Monument* es un extranjerismo para el lector alemán y *Baudenkmal* no lo es. Esto quiere decir que la traductora<sup>rep</sup> orienta las normas hacia cultura meta. Además, curiosamente, los nombres *Don Juan de Austria* (pág. 3) y *Juan Bautista Castello el Bergamasco* (pág. 3) se mantienen en español en la traducción republicana, no así en la monárquica. En este caso, la traductora orienta las normas hacia cultura origen.

El resto de las modificaciones afectan a signos de puntuación, preposiciones, conjunciones o variaciones gramaticales propias del cambio de declinación en alemán.

---

<sup>212</sup> La traductora es Gisela Ephrussi.

**Tabla 89. Diferencias reseñables entre *El Escorial-TM<sup>mon</sup>* y *TM<sup>rep</sup>*<sup>213</sup>**

N.º	TO <sup>mon</sup> (/rep)	TM <sup>mon</sup>	TM <sup>rep</sup>
1	Llamó Felipe II a los más hábiles artífices para la construcción de su fundación predilecta; de Nápoles vino Juan Bautista de Toledo, primer director de las obras del Monasterio. Mas no era éste el destinado a terminarlás, sino Juan de Herrera que puso en el monumento su sello personal, <b>una depuración severa de los elementos clásicos que el renacimiento italiano restauraba, adaptándolo a las necesidades de su tiempo.</b> (2)	Philipp II. berief die geschicktesten Handwerker, um seine Lieblingsgründung auszuführen; aus Neapel kam Juan Bautista de Toledo, erster Leiter der Arbeiten am Monasterium. Jedoch war es diesem nicht vergönnt das Werk zu vollenden, sondern Juan de Herrera, welcher dem Bau seinen persönlichen Stempel aufdrückte, indem er <b>ihn streng von den klassischen Elementen befreite.</b> (2)	Philipp II. berief die geschicktesten Handwerker, um seine Lieblingsgründung auszuführen; aus Neapel kam Juan Bautista de Toledo, erster Leiter der Arbeiten am Monasterium. Jedoch war es diesem nicht vergönnt das Werk zu vollenden, sondern Juan de Herrera, welcher dem Bau seinen persönlichen Stempel aufdrückte, indem er <b>eine strenge Läuterung der klassischen Elemente der italienischen Renaissance vornahm, und sie den Bedürfnissen seiner Zeit anpasste.</b> (2)
2	(...) un salón del trono servía para los actos de corte, para recepciones y audiencias, para embajadores o funcionarios que llegaban al Escorial desde el corazón de la Europa turbada por las luchas religiosas, o desde las lejanas y misteriosas <b>Indias.</b> (6)	Ein Thronsaal diente den Audienzen und Festlichkeiten des Hofes, dem Empfang ausländischer Gesandten und Beamten, die aus dem von religiösen Kämpfen aufgerührten Herzen Europas oder aus dem fernen mysteriösen <b>Indien</b> nach dem Escorial kamen. (5)	Ein Thronsaal diente den Audienzen und Festlichkeiten des Hofes, dem Empfang ausländischer Gesandten und Beamten, die aus dem von religiösen Kämpfen aufgerührten Herzen Europas oder aus dem fernen mysteriösen <b>Amerika</b> nach dem Escorial kamen. (5)
3	Mas para completar este rápido repaso de las riquezas del Escorial(.) es preciso advertir que el grandioso <b>monumento</b> debe ser admirado desde la montaña. (7)	Um diese kurze Uebersicht der Schätze des Escorial zu vervollständigen, möchten wir noch erwähnen, dass man gut tut, dieses grossartige <b>Monument</b> vom Gebirge aus zu betrachten. (6)	Um diese kurze Uebersicht der Schätze des Escorial zu vervollständigen, möchten wir noch erwähnen, dass man gut tut dieses grossartige <b>Baudenkmal</b> vom Gebirge aus zu betrachten. (7)

<sup>213</sup> Las variaciones entre versiones se indican resaltadas en negrita.

### 7.3.2 Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca* y su traducción al alemán

A continuación, estudiamos la reedición republicana de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup>*<sup>214</sup> y de su traducción al alemán<sup>215</sup>.

#### 7.3.2.1 Texto origen monárquico versus texto origen republicano

En general, al igual que sucede en la hoja de ciudad sobre el Escorial, las versiones monárquica y republicana en español son muy similares. Las modificaciones textuales más significativas que realizó la reedición republicana se desarrollan en este apartado.

Existen algunos ejemplos llamativos relacionados con la expresión de la valoración. Como observamos en el ejemplo 1 de la Tabla 90, el autor<sup>rep</sup> elimina el sustantivo *corona* en *corona de Aragón* (pág. 1). Esta decisión podría estar relacionada con la ideología republicana, siguiendo la tendencia observada en la reedición de *El Escorial<sup>rep</sup>*. En el ejemplo 2 de la Tabla 90, el autor<sup>rep</sup> elimina el adjetivo valorativo de juicio directo (+capacidad) *gran* cuando se refiere a la escuadra inglesa del Mediterráneo. Este hecho merece también nuestra atención, ya que el traductor<sup>mon</sup> omitía curiosamente este mismo adjetivo valorativo y no entraba a valorar ni la marina mallorquina ni la escuadra inglesa, como sí hacía el autor<sup>mon</sup>. En tercer lugar, en el ejemplo 3 de la Tabla 90, el autor<sup>rep</sup> añade información que refuerza aún más la idea de que Mallorca también es un destino vacacional ideal para personajes ilustres. Esta adición de información está precedida de las asociaciones sobre los personajes del mundo de la cultura que acompañaban a la apreciación directa. Por último, el autor<sup>rep</sup> añade una heteroglosia (*pronunciamento* del ejemplo 4 de la Tabla 90).

---

<sup>214</sup> La reedición republicana de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca* se encuentra en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), F4-I-027255, y su traducción al alemán en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.220.

<sup>215</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

**Tabla 90. Modificaciones en la expresión de la valoración en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>*<sup>216</sup>**

N.º	TO <sup>mon</sup>	TO <sup>rep</sup>
1	Dominada sucesivamente por los romanos, los emperadores griegos y los árabes, quedó incorporada a <b>la corona de</b> Aragón en 1220, mediante la conquista llevada a cabo por Jaime I, sin vinculación definitiva hasta los tiempos de Pedro IV, tras un breve lapso de tiempo. (1)	Dominada sucesivamente por los romanos, los emperadores griegos y los árabes, quedó incorporada a [*] Aragón en 1220, mediante la conquista llevada a cabo por Jaime I, sin vinculación definitiva hasta los tiempos de Pedro IV, tras un breve lapso de tiempo. (1)
2	Excelente puerto natural, a su abrigo se acoge frecuentemente la <b>gran</b> escuadra inglesa del Mediterráneo. (2)	Excelente puerto natural, a su abrigo se acoge frecuentemente la [*] escuadra inglesa del Mediterráneo. (2)
3	Ya en el siglo pasado, el destierro de Jovellanos, la residencia de Chopin con Jorge Sand, y hacia el 900 el descanso laborioso que en la isla se tomó Ruben Darío, [Ø] atribuyen a Mallorca cierto romanticismo desinteresado, que ha sido causa de incremento turístico y razón de que sigan igual camino cuantos gustan de abandonarse a la caricia de la Naturaleza. (6)	Ya en el siglo pasado, el destierro de Jovellanos, la residencia de Chopin con Jorge Sand, y hacia el 900 el descanso laborioso que en la isla se tomó Ruben Darío, <b>así como la visita de innúmeros pintores y literatos</b> atribuyen a Mallorca cierto romanticismo desinteresado, que ha sido causa de incremento turístico y razón de que sigan igual camino cuantos gustan de abandonarse a la caricia de la Naturaleza. (6)
4	En el interior consta de tres sencillas naves, de una altura la central de 40 metros [Ø]. Las ventanas, cegadas en parte, ostentan bellísimas vidrieras antiguas en la parte occidental, sobre todo. (3)	En el interior consta de tres sencillas naves, de una altura la central de <b>44</b> metros, <b>sostenida por 14 delgadísimas columnas. Es de señalar un rosetón magnífico de bellísimo calado que es el mayor oculus circular conocido en catedral alguna.</b> Las ventanas, cegadas en parte, ostentan bellísimas vidrieras antiguas en la parte occidental. (3)

Otras modificaciones significativas afectan a algunos datos descriptivos que el autor<sup>rep</sup> decide eliminar (ejemplo 1 de la Tabla 91), modificar (número de metros en el ejemplo 4 de la Tabla 90 y en el ejemplo 2 de la Tabla 91) o añadir (ejemplo 4 de la Tabla 90) sin seguir ningún patrón determinado.

<sup>216</sup> Las variaciones entre versiones se indican resaltadas en negrita.



**Tabla 91. Otras modificaciones en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>*: ejemplos representativos<sup>217</sup>**

N.º	TO <sup>mon</sup>	TO <sup>rep</sup>
1	Por las calles de Ceresols y de Colón (5)	Por la <del>calles de Ceresols</del> y de Colón (5)
2	[La temperatura] <b>desciende excepcionalmente, bajo cero uno o dos grados</b> y no pasa de 30º en los días más calurosos (2)	[La temperatura] <b>se aproxima a cero excepcionalmente</b> y no pasa de 30º en los días más calurosos (2)

El resto de las variaciones afectan a algunos signos de puntuación y reglas ortográficas. En total, el autor<sup>rep</sup> realiza 14 modificaciones de los signos de puntuación. La siguiente tabla (Tabla 92) presenta algunos ejemplos representativos de adición de comas (ejemplo 1) y cambios en las minúsculas y mayúsculas (ejemplo 2). La modificación más frecuente es la adición de comas (10 casos) seguida de la adición de puntos y coma (2 casos) y el cambio en minúsculas y mayúsculas (2 casos). Por último, en la versión monárquica se han identificado errores sintácticos que esta vez el autor<sup>rep</sup> sí corrige, a diferencia de lo que sucede en el *El Escorial<sup>rep</sup>*.

**Tabla 92. Las modificaciones de los signos de puntuación en *Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>* y *TO<sup>rep</sup>*: ejemplos representativos<sup>218</sup>**

N.º	TO <sup>mon</sup>	TO <sup>rep</sup>
1	(...) la tumba del beato Raimundo Lulio [Ø] por Francisco Sagrera [Ø] y un claustro delicioso en su poético abandono (5)	(...) la tumba del beato Raimundo Lulio, por Francisco Sagrera, y un claustro delicioso en su poético abandono (5)
2	castillo de la Almudaina (3)	<b>Castillo</b> de la Almudaina (3)

### 7.3.2.2 Traducción monárquica versus traducción republicana

En este caso, la traducción republicana de *Palma de Mallorca* es una reformulación de la traducción monárquica. Las principales diferencias entre las traducciones relativas a la expresión de la valoración no se localizan en los planos de la actitud y graduación, sino en los del compromiso y, en consecuencia, en la posición deíctica.

<sup>217</sup> Las variaciones entre versiones se indican tachadas o resaltadas en negrita.

<sup>218</sup> Las variaciones entre versiones se indican resaltadas en negrita.

El contenido de ambas versiones es el mismo, pero la traductora<sup>rep</sup> no omite ciertos segmentos de su original republicano, por lo que es más fiel. Recordemos que el traductor<sup>mon</sup> sí omite ciertos segmentos a pesar de estar presentes en el TO<sup>mon</sup> (v. apartado 6.5.2). La traductora<sup>rep</sup>, por su parte, sí incluye estos segmentos<sup>219</sup>.

En primer lugar, la traductora<sup>rep</sup> elimina las cuatro realizaciones en las que aparece el verbo conjugado en primera persona del plural, que pertenecen a la categoría *nosotros identitario exclusivo* (la institución turística: el Patronato Nacional del Turismo). Este hecho implica que el Patronato Nacional del Turismo, como figura de autoridad, pierda fuerza:

Ejemplo 1: *In der nächsten Strasse “de la Union” **sehen wir** den Palast Berga-Zaforteza.* (pág. 3);

Ejemplo 2: ***Wir wissen** nichts über die Herkunft der ersten Bewohner Mallorcas.* (pág. 1);

Ejemplo 3: *Unter den Häusern und Palästen, welche Palma den Anstrich verblichener Adelswürde geben, **nennen wir** einige charakteristische Gebäude.* (pág. 5);

Ejemplo 4: *Von Soller nach Pollensa ist das landschaftliche Schauspiel einfach grossartig, **wir nennen** in der weiteren Umgebung den “torrent des Pareys”.* (pág. 7).

En segundo lugar, la traductora<sup>rep</sup> añade dos realizaciones en la categoría *nosotros espacio-temporal inclusivo*, en un intento de alineación de la institución turística (PNT) con los lectores alemanes (futuros visitantes), que incluimos a continuación:

Ejemplo 1: *In erster Linie fallen **einem** die über den Häusern aufragenden gotischen Türmchen der Lonja (Warenbörse) auf, die am Rande des einstigen Flussbetts des Riera steht, der einmal ein schiffbarer Strom gewesen sein muss, heute aber ausgetrocknet und in eine Promenade verwandelt ist.* (pág. 2);

Ejemplo 2: *Setzt man seinen Weg über den Platz des General Weyler fort, so kommt man zum Teatro Principal, das gegen 1860 erbaut wurde, und dessen Stil, dank der seither verflossenen Jahre, heute in **unseren Augen** einer gewissen Grazie nicht entbehrt; durch die Calle de la Riera gelangt man zur Rambla, einer breiten, mit Platanen bepflanzten Allee.* (pág. 4).

---

<sup>219</sup> Nos referimos a los siguientes ejemplos: *Ihre eigene Marine nahm einen grossen Aufschwung nach dem Untergang Karthagos* (pág. 1); *Den schönsten Blick auf das Meer und die umgebenden Berge geniesst man von der Burg von Bellver aus* (pág. 5); (...) *den zahllosen und reizenden kleinen Buchten* (pág. 7); y *Von den Volksfesten in Palma wäre als das wichtigste der Jahrmarkt anzuführen, der von Palmsonntag bis Ostersonntag auf der Rambla stattfindet. Im Innern der Insel sind noch die alten Tänze und Lieder erhalten geblieben* (pág. 7).

Por último, la traductora<sup>rep</sup> añade una realización más en la categoría *ellos identitario exclusivo* (el futuro visitante) y omite otra.

Además, nos gustaría detenernos en algunos resultados significativos obtenidos del análisis comparativo de las dos traducciones, que recogemos en Tabla 93:

- la traductora<sup>rep</sup> mantiene la asociación sobre los monumentos prehistóricos sin explicarla entre paréntesis, cosa que sí hacía el traductor<sup>mon</sup>, y aporta términos en español (ejemplo 1 de la Tabla 93);
- los dos traductores cometen algunos errores de traducción<sup>220</sup>. Tal y como muestra el ejemplo 2 de la Tabla 93, la traductora<sup>rep</sup> incluye un dato erróneo y traduce *fachada occidental* por *Ostfassade*, cuando *Ost* en alemán equivale a *oriental* en español. El traductor<sup>mon</sup> lo había traducido correctamente. En cuanto al ejemplo 3 de la Tabla 93, la traductora<sup>rep</sup> formula correctamente la valoración de la versión monárquica española. Se trata de una expresión directa de apreciación (+valor social) que el traductor<sup>mon</sup> había traducido erróneamente por *weniger berühmten Höhle de Artá* que equivaldría en español a las *menos famosas Cuevas de Artá*, lo que significa lo contrario de lo expresado por el original español;
- los dos traductores tratan de forma diferente los nombres de las calles y de los edificios (ejemplo 4 de la Tabla 93). El traductor<sup>mon</sup> opta por traducir los nombres de calles y edificios al alemán, mientras que la traductora<sup>rep</sup> escoge la cursiva y mantiene los nombres como en el original en español, manteniendo el sistema de la cultura original.

**Tabla 93. Diferencias reseñables entre *Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup>* y *TM<sup>rep</sup>***

N.º	TO <sup>mon(rep)</sup>	TM <sup>mon</sup>	TM <sup>rep</sup>
1	Muchos siglos antes de la Era Cristiana, un pueblo, cuyo origen desconocemos, levanta en Mallorca los famosos <i>talayots</i> , <i>recintos</i> y <i>navetas</i> o <i>galeras</i> . Estas últimas consistían en falsos abovedados con repisas, muros de cantos secos y puertas con dintel. (1)	Schon viele Jahrhunderte vor der christlichen Aera errichtete ein Volk, dessen Abstammung uns unbekannt ist, hier die berühmten “talayots”, “taulas” und “navetas” (prähistorische Steinmonumente). (1)	Viele Jahrhunderte vor der christlichen Zeitrechnung errichtete ein Volk, dessen Ursprung uns unbekannt ist, die berühmten “talayots”, “recintos” und “navetas” oder “galeras”. Letztere bestanden aus künstlichen Wölbungen mit Mauern aus Quadersteinen und Türen mit Oberschwellen. (1)
2	<i>fachada occidental</i> (3)	westliche Fassade (3)	<u><i>Ostfassade</i></u> (3)

<sup>220</sup> Los errores de traducción se indican subrayados.

3	El camino a las no menos célebres <i>Cuevas de Artá</i> (/.) requiere más tiempo. (7)	<u>Der Weg nach der weniger berühmten Höhle de Artá beansprucht mehr Zeit. (7)</u>	Für den Ausflug nach den ebenso berühmten Grotten von <i>Artá</i> braucht man mehr Zeit. (7)
4	Por la calle( <del>s de Ceresols y</del> ) de Colón, al SO. de la Plaza Mayor, se va a la plaza del Rastrillo y a la plaza de Cort, en la cual se vé la Casa de la Diputación Provincial Moderna, y la Casa Consistorial, en estilo renacimiento, restaurada, con una cornisa sumamente característica.	Durch die Strassen Ceresols und Colón, südwestlich des Plaza Mayor, gelangt man zu den beiden Plätzen Rastrillo und Cort. Auf letzterem befindet sich das neue Provinzialabgeordnetenhaus und das im Renaissancestil restaurierte Rathaus, welches ein höchst charakteristisches Kranzgesims aufweist. (5)	Durch die <i>Calle de Colón</i> , im SW der <i>Plaza Mayor</i> , geht man zur <i>Plaza del Rastrillo</i> und zur <i>Plaza de Cort</i> , auf der die <i>Casa de la Diputación Provincial moderna</i> , und die <i>Casa Consistorial</i> , ein restaurierter Renaissancebau mit einem eigentümlichen Karnies, zu sehen sind. (5)

Por último, en la traducción republicana constan algunos errores de signos de puntuación y gramaticales propios del cambio de declinación en alemán, quizás esto es un reflejo del hecho de que no se trata de la versión definitiva de la hoja de ciudad, sino de una *prueba de impresión*.

### 7.3.3 Análisis microtextual la versión monárquica de la hoja de ciudad *Cádiz* y su traducción al alemán

A continuación, estudiamos la reedición republicana de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>rep</sup>* <sup>221</sup> y de su traducción al alemán<sup>222</sup>.

#### 7.3.3.1 Texto origen monárquico versus texto origen republicano

En general, siguiendo la tendencia observada en las otras dos hojas de ciudades analizadas, las versiones monárquica y republicana en español son muy similares. Las principales modificaciones textuales realizadas durante el proceso de reedición republicano se presentan a continuación.

La única modificación relativa a la expresión de la valoración, con alguna implicación ideológica, es la eliminación de la expresión indirecta de juicio (+capacidad) *por el Ayuntamiento* en el sintagma *el Gran Teatro, dedicado por el Ayuntamiento recientemente al gran compositor gaditano Manuel de Falla* (pág. 7). Esta omisión

<sup>221</sup> La reedición republicana de la hoja de ciudad *Cádiz* se encuentra en el Centro de Documentación Turística de España (CDTE), F1-XX-223271, y su traducción al alemán también, F1-II-221781.

<sup>222</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

repercute en el sistema de valores de la hoja de ciudad, ya que resta importancia a la labor realizada por el Ayuntamiento de Cádiz.

El resto de las variaciones afectan a algunos signos de puntuación y reglas ortográficas. En total, el autor<sup>rep</sup> realiza 9 modificaciones de los signos de puntuación con respecto al autor<sup>mon</sup>. La Tabla 94 recoge algunos ejemplos representativos de la adición o supresión de comas y puntos (ejemplo 1 y 2), reformulaciones (ejemplo 2) y modificación del número singular a plural (ejemplo 3). La modificación más frecuente es la adición o supresión de comas y puntos (5 casos) seguida reformulaciones (2 casos) y modificación del número de singular a plural (2 casos). Además, el autor<sup>rep</sup> sustituye las comillas bajas por altas. En la versión republicana no se corrigen todos estos errores, Algunas de estas modificaciones son correcciones de errores (sintácticos y ortográficos) que contenía la versión monárquica. No obstante, la versión republicana no corrige todos los errores identificados en su totalidad (v. ejemplo 1 de la Tabla 94), algo similar a lo que ocurre en *El Escorial*<sup>rep</sup>.

**Tabla 94. Modificaciones en Cádiz-TO<sup>mon</sup> y TO<sup>rep</sup>: ejemplos representativos**<sup>223</sup>

N.º	TO <sup>mon</sup>	TO <sup>rep</sup>
1	Por su excepcional situación marina, Cádiz goza en todo el año de una temperatura deliciosa, sobre todo en el otoño y la primavera, que son de una benignidad encantadora. (3)	Por su excepcional situación marina, Cádiz goza en todo el año de una temperatura deliciosa, sobre todo en el otoño y la primavera [*] que son de una benignidad encantadora. (3)
2	<b>Es por este motivo</b> y por la excelencia y amplitud de sus <b>playas que Cádiz ocupa</b> el primer lugar entre <b>las playas del Sur</b> y constituye el lugar predilecto de veraneo para las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas [Ø] como las de Extremadura.	<b>Por este motivo</b> y por la excelencia y amplitud de sus <b>playas Cádiz ocupa</b> el primer lugar entre <b>las del Sur</b> y constituye el lugar predilecto de veraneo para las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas, como las de Extremadura. (3)
3	La del <i>Rosario</i> , <i>Santa Cueva</i> y otras (5)	<b>Las</b> del <i>Rosario</i> , <i>Santa Cueva</i> y otras (5)

### 7.3.3.2 Traducción monárquica versus traducción republicana

En cuanto a las variaciones más llamativas entre las voces traducidas monárquica y republicana, el ejemplo 1 de la Tabla 95 muestra cómo el traductor<sup>mon</sup> omite en el primer párrafo dos puntos importantes como son: el número de habitantes de Cádiz entre paréntesis y el elemento graduador *casi* en el fragmento *CADIX ist, wie*

<sup>223</sup> Las variaciones entre versiones se indican resaltadas en negrita.

*alle andalusischen Städte*, dando a entender que *todas* las ciudades de Andalucía son de origen antiquísimo, lo que supone una subida de graduación. La traductora<sup>rep</sup> mantiene el número de habitantes de Cádiz entre paréntesis y el elemento graduador *casi*, en alemán *fast*.

Además, el ejemplo 2 de la Tabla 95 muestra cómo, mientras el traductor<sup>mon</sup> adapta al alemán la grafía de la palabra *Cortes* » *Kortes* y calca el término en alemán *Konstitution*, la traductora<sup>rep</sup> mantiene la grafía española de *Cortes* y opta por *Verfassung*, término más adaptado al lector meta.

Otra diferencia interesante es el ejemplo 3 de la Tabla 95, donde el traductor<sup>mon</sup> calca la expresión de juicio y personificación *robuste Stadt* y la traductora<sup>rep</sup> opta por emplear el adjetivo *stark* [*fuerte*] para valorar a la ciudad de Cádiz y a sus habitantes. Este último término evita una posible ambigüedad y también está más adaptado al lector meta.

La traductora<sup>rep</sup> omite la valoración en alemán sobre la Puerta de Tierra de la pág. 4, que suponía un error de traducción (ejemplo 4 de la Tabla 95). Quizás este hecho responde a una decisión que toma la traductora<sup>rep</sup> al no entender bien la valoración.

En las versiones monárquica y republicana españolas se incluyen dos párrafos en las págs. 3 y 4 de la hoja de ciudad que el autor<sup>mon</sup> omite sin justificación aparente. Este dato es sorprendente, ya que, como hemos mencionado anteriormente, estos dos párrafos destacan por su gran carga valorativa (v. apartado 6.7.2). En ellos se resalta el buen clima de Cádiz y las magníficas cualidades naturales de sus playas, que la convierten en un destino vacacional escogido tanto por familias de provincias cercanas, como por otras más alejadas (Extremadura). Asimismo, el prestigio de estas playas va aumentando con los años en parte gracias a la modernización de estas que ha llevado a cabo el Ayuntamiento de Cádiz (expresión indirecta de juicio>+capacidad). La traductora<sup>rep</sup> sí incluye los dos párrafos, sin embargo, contienen algunos errores sintácticos y de declinación.

**Tabla 95. Diferencias reseñables entre *Cádiz-TM<sup>mon</sup>* y *TM<sup>rep</sup>*<sup>224</sup>**

N.º	TO <sup>mon(rep)</sup>	TM <sup>mon</sup>	TM <sup>rep</sup>
1	ESTA ciudad <b>(80.000 habitantes)</b> es de origen antiquísimo, como <b>casi todas</b> las capitales andaluzas, estando probada su existencia en tiempo de los fenicios, remontándose el cálculo que de ella se hace a 1.500 años antes de nuestra Era. (1)	CADIX ist, wie <b>alle</b> andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist. (1)	CADIX <b>(80.000 Einwohner)</b> ist, wie <b>fast alle</b> andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist. (1)
2	Finalmente, tiene la gloria de haber sido teatro de las famosas <b>Cortes</b> , que duraron desde 1810 a 1813, y en las cuales se redactó y promulgó la primera <b>Constitución</b> de la monarquía española, entre tanto que la ciudad sufría con ánimo alegre un duro sitio de los ejércitos napoleónicos. (2)	Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz der berühmten <b>Kortes</b> gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste <b>Konstitution</b> der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. (2)	Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz der berühmten <b>Cortes</b> gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste <b>konstitutionelle Verfassung</b> der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. (2)
3	Cádiz es ciudad fuerte, <b>robusta</b> y andalucísima. (2)	Es ist eine kräftige, <b>robuste</b> Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. (3)	Es ist eine kräftige, <b>starke</b> Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. (3)
4	En la muralla está enclavada la <b>airosísima Puerta de Tierra</b> (...) (4)	In der Mauer selbst ist <b>in luftiger Bauart</b> die <b>Puerta de Tierra</b> eingelassen (...) (4)	Ausserhalb der Stadtmauer liegen malerische Viertel. In der Mauer selbst ist [*] die <b>Puerta de Tierra</b> eingelassen (...) (4)
5	Los frescos vientos de Poniente, que son los dominantes en esta región, aseguran en pleno verano una temperatura suave y agradable. ( <del>Es</del> ) Por este motivo y por la excelencia y amplitud de sus playas ( <del>que</del> ) Cádiz ocupa el primer lugar entre las ( <del>playas</del> ) del Sur y constituye el lugar predilecto de veraneo para las familias de las provincias cercanas y aún de otras más apartadas(,) como las de Extremadura. (3)	[ <b>párrafos omitidos</b> ]	Die kühlen Westwinde die in dieser Gegend vorherrschend sind verleihen dem Klima selbst im Hochsommer eine angenehme Frische und aus diesem Grund, sowie wegen seinen schönen und ausgedehnten Stränden, ist Cadix an erster Stelle unter den südlichen Seebädern zu nennen und wird mit Vorliebe von den Familien nicht nur der umliegenden Provinzen, sondern auch der entfernteren, wie Extremadura aufgesucht. (4)

<sup>224</sup> Las variaciones entre versiones se indican tachadas o resaltadas en negrita.

	<p>De año en año aumenta su prestigio, acrecido extraordinariamente con las reformas introducidas recientemente y que han causado una transformación absoluta de las mismas, muy principalmente de la llamada de la Victoria, donde las modernísimas y soberbias instalaciones del Grand Hotel, Casino, Piscina y servicios de la playa, han venido a asociarse con indiscutible acierto y buen gusto a las excepcionales cualidades naturales del lugar. (4)</p>		<p>Von Jahr zu Jahr wird der Ruf von Cadix grösser, dank auch der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen, die sich hauptsächlich auf die prachtvollen Einrichtungen des Grand Hotels, Kasinos, Schwimmbades und des Strands beziehen, und die auf sehr gelungene und geschmackvolle Weise sich in den Dienst der natürlichen Schönheiten des Ortes zu stellen gewusst haben. (4)</p>
--	---	--	---



#### **7.4 Síntesis de los hallazgos: la reedición republicana de las hojas de ciudades *El Escorial, Palma de Mallorca y Cádiz***

En resumen, el plan de ahorro y austeridad de la República repercutió, como era de esperar, en la promoción del turismo hasta el punto de optar por medidas promocionales que abarataran costes, como reeditar publicaciones anteriores y no editar material nuevo.

Esta decisión nos lleva a pensar que la República compartía la forma de hacer del PNT en su fase monárquica y adoptó el discurso turístico monárquico a grandes rasgos. Las principales modificaciones que introdujo la reedición republicana se encuentran en la portada, en las últimas páginas de las hojas de ciudades (págs. 7 y 8) y en las ilustraciones. En la portada se sustituye el nombre de la institución turística (Patronato Nacional del Turismo) por el membrete *REPÚBLICA ESPAÑOLA*. En las últimas páginas, para actualizar los datos de los hoteles recomendados y sus precios, que en general aumentan, y las distancias entre los lugares turísticos promocionados y otros puntos geográficos de España, la República solicitó datos actualizados a las Oficinas de Información del PNT de las respectivas provincias. En las reediciones a veces se suprimen los nombres de los fotógrafos.

A nivel internacional, la medida más relevante fue el cierre de algunas Agencias del PNT en Europa y América, lo que supuso que en las reediciones extranjeras de las hojas de ciudades desaparecieran las direcciones de las Agencias del PNT en el extranjero y se mantuvieran únicamente las direcciones de la Oficina de Información en Madrid, la Agencia del PNT en París y la de la Oficina de Información del lugar turístico promocionado en cuestión.

Además, en el AGA, donde localizamos las hojas de ciudad reeditadas por la República, encontramos material contextual muy valioso que nos ha servido para rastrear cómo se gestó el proceso de reedición, descomponerlo en diferentes fases e identificar qué participantes estuvieron implicados en el mismo. De hecho, las pruebas de impresión y los montajes de las reediciones de las traducciones al alemán, que el PNT archivó minuciosamente de forma administrativa, nos sirven para mostrar la agentividad de los participantes y nos aportan datos muy interesantes al respecto, que resumimos a continuación.

Los principales agentes implicados en el proceso de reedición de las traducciones al alemán fueron:

- la República (en menor medida el Patronato Nacional del Turismo);
- el Jefe de la Sección de Publicaciones del PNT, Manuel Pérez Río-Cosa;
- la traductora Gisela Ephrussi;
- las imprentas responsables de la publicación de las reediciones<sup>225</sup>.

El Jefe de la Sección de Publicaciones, Manuel Pérez Río-Cosa, se revela como un agente poderoso, ya que es la figura de autoridad que da el visto bueno al trabajo de la traductora y remite los montajes definitivos a la imprenta. Sus conocimientos de alemán y su trayectoria como traductor permiten que desempeñe su papel correctamente.

La comunicación entre los agentes participantes en el proceso de reedición fue continuada y fluida, así lo revelan los sellos de los montajes.

La República contó con traductores profesionales para la reedición, que contrató de forma externa. De hecho, encargó la reedición al alemán de todos los ejemplares a la misma persona, y lo mismo hizo con las reediciones al inglés y francés.

A lo largo de estos minuciosos análisis y con ayuda de los resultados presentados en los apartados 7.2 y 7.3, constatamos que, efectivamente, la República reeditó las hojas de ciudades monárquicas y que la mayor parte de esas diferencias afectan principalmente a elementos gráficos relacionados con la ideología republicana (el membrete de la portada y las ilustraciones) y datos de interés para el futuro visitante (hoteles, distancias y oficinas de información turística). Las reediciones son una prueba objetiva de que la República adoptó, a grandes rasgos, el discurso turístico del periodo monárquico, pero que lo impregnó con su ideología dejando clara su figura de autoridad por encima de la institución turística.

En general, las diferencias textuales realizadas en la reedición republicana de las hojas de ciudades en español son mínimas, pero significativas y están en consonancia también con la ideología republicana. Lo mismo sucede con las variaciones introducidas en la reedición de las traducciones al alemán de *El Escorial* y *Cádiz*. Sin embargo, la reedición que contiene más diferencias a nivel textual es la reedición de la

---

<sup>225</sup> Imprentas: DEO S.A. Barcelona (*El Escorial* y *Cádiz*); SEIX Y BARRAL HNOS (*Palma de Mallorca*).

traducción al alemán de la hoja de ciudad *Palma de Mallorca*, donde la traductora<sup>rep</sup> optó por reformular el texto casi en su totalidad, dejando su huella principalmente en el sistema del compromiso y en el de la posición deíctica.

Además, los resultados del análisis microtextual de las reediciones republicanas demuestran que el autor<sup>rep</sup> era mejor conocedor de las reglas de puntuación españolas que el autor<sup>mon</sup>, o bien el autor<sup>rep</sup> pudo dedicarse más a la redacción de su versión y ser algo más cuidadoso con las reglas ortográficas y de puntuación. Otro dato interesante, que conocemos gracias a la contextualización de nuestros estudios de caso, es que las reediciones, al igual que sucedía con el plan sistémico y orgánico de publicaciones original de la fase monárquica, se hicieron de forma profesional y en un corto periodo de tiempo (durante 1933), lo que podría explicar la permanencia de algunas erratas en su redacción.

Por otro lado, los resultados del análisis microtextual contrastivo de todas las versiones reeditadas traducidas al alemán muestran que la traductora<sup>rep</sup> realizó dos lecturas resistentes.

La primera lectura resistente la hizo del propio *El Escorial-TM<sup>mon</sup>*, es decir, de la traducción monárquica al alemán ya existente. Este hecho queda probado de dos formas. Por un lado, la traductora<sup>rep</sup> incluye segmentos que el traductor<sup>mon</sup> había omitido (en todos los casos), es decir, la traducción republicana es más fiel a su original republicano que la traducción monárquica a su original monárquico, que omitía ciertos segmentos. Por otro lado, la traductora<sup>rep</sup> en *El Escorial-TM<sup>rep</sup>* y *Cádiz-TM<sup>rep</sup>* escoge otros términos en alemán más adaptados a este lector meta<sup>226</sup>. Esto quiere decir que la traductora<sup>rep</sup>, en estos casos, orienta las normas hacia cultura meta (*principio de la aceptabilidad* sugerido por Toury 1980, 1995/2012).

Salvando las distancias con el concepto de *retraducción*, recordemos que la hipótesis sobre la *retraducción* de Chesterman (2000: 23), que, a su vez, se basa en Berman (1984, 1990), sostenía que las primeras traducciones se alejan más del TO que las retraduccion. Es decir, las primeras traducciones estarían más orientadas a la cultura meta (domesticación) y las retraduccion estarían más orientadas a la fuente

---

<sup>226</sup> Excepto en *Palma de Mallorca<sup>rep</sup>* donde observamos que la traductora<sup>rep</sup> decide mantener visible en algunos casos el sistema de la cultura original (los nombres de las calles y de los edificios). Por otro lado, la traductora<sup>rep</sup> busca la alineación con el lector-visitante de otra forma: empleando más indicadores de posición deíctica inclusivos.

original (extranjerización). Además, los lectores de las primeras traducciones (domesticación) tratarían la obra como si hubieran sido escrita por el autor original en la lengua meta porque los textos, generalmente, reman a favor del pacto de traducción mencionado por Alvstad (2014: 281). Sin embargo, nuestra investigación aporta pruebas que contradice la hipótesis de Chesterman (2000: 23), al igual que venían sosteniendo otros autores como Koskinen y Paloposki (2010: 295) y Solberg (2017: 198). Solberg (*id.*) concluía su investigación apuntando que estos cambios se deben a diferentes causas y que las retraducciones, a veces, siguen otro tipo de normas diferentes a las de la primera traducción, que reflejan la aparición de nuevos lectores y las diferentes funciones que cumplían las propias versiones: función más práctica, función más ideológica, función más estética, etc.

Como hemos mencionado arriba, la traductora<sup>rep</sup> orienta las normas hacia cultura meta (*principio de la aceptabilidad sugerido* por Toury 1980, 1995/2012) y realiza una traducción domesticada (orientada a la cultura meta). Haciendo esto, la traductora<sup>rep</sup> rema a favor del pacto de traducción al que se refiere Alvstad (2014: 281), ayuda a camuflar la traducción y a que el lector-visitante alemán no sea tan consciente de que está leyendo una traducción. A nuestro juicio, esta medida implica cierta alineación con el lector-visitante alemán y un acercamiento entre la traductora<sup>rep</sup> (/la traducción) y el lector-visitante.

Las razones de esta elección podrían estar en una mayor seguridad de la traductora a la hora de realizar una traducción más libre y adaptada a la cultura meta (domesticada). Al fin y al cabo, la traductora estaba contratada de forma externa. Tal vez, en el caso de las reediciones, la agentividad de la traductora<sup>rep</sup> no se veía tan comprometida por la gran agentividad del Patronato Nacional del Turismo, organismo de publicación de los textos que quiere dejar clara su figura de autoridad. Por ejemplo, en *Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>*, la traductora<sup>rep</sup> elimina las cuatro realizaciones pertenecientes a la categoría *nosotros* identitario exclusivo (la institución turística: el PNT), lo que implica que el PNT, como figura de autoridad, pierda fuerza. Por otro lado, existen datos que contradicen esta interpretación, ya que, como sabemos, en este periodo el poder turístico está supeditado al poder político y el agente República (Española) es un agente muy poderoso, que también se hace visibiliza en las hojas de ciudades.

La segunda lectura resistente de la traductora<sup>rep</sup> es la que hizo del propio *El Escorial-TO<sup>rep</sup>*, ya que a veces parece que la traductora<sup>rep</sup> opta por términos del *El Escorial-TO<sup>mon</sup>*. Además, la traductora<sup>rep</sup> incluye los nombres de los fotógrafos en la traducción republicana (en *El Escorial-TM<sup>rep</sup>* y en *Cádiz-TM<sup>rep</sup>*) que en el texto origen republicano se habían omitido. Estas pruebas nos indican que la traductora<sup>rep</sup> conocía la versión original monárquica.

En resumen, los resultados obtenidos nos conducen a pensar que la traductora<sup>rep</sup> no confió completamente en lo que ya estaba traducido (*TM<sup>mon</sup>*) ni en la propia versión republicana del TO (*TO<sup>rep</sup>*). Asimismo, la traductora<sup>rep</sup> parece conocía los dos textos publicados previamente, a saber, la versión monárquica en español y la traducción de la versión monárquica al alemán.

Además, aunque parezca que la reedición se llevó a cabo siguiendo las mismas directrices, existen algunas variaciones entre las traducciones republicanas al alemán que advierten que los procesos de reedición se llevaron a cabo de forma diferente. Como sabemos, en *El Escorial-TM<sup>rep</sup>* y en *Cádiz-TM<sup>rep</sup>* parece que la traductora<sup>rep</sup> realizó únicamente algunas correcciones y actualizaciones de información puntuales, que no tienen repercusión en la expresión de la valoración y que son más propias de la labor de revisión que de traducción. Por el contrario, *Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>* es una reformulación completa de la traducción monárquica<sup>227</sup>, como ya hemos apuntado anteriormente. Se trata de una traducción semánticamente igual a la anterior, pero con un estilo diferente que repercute sobre todo al sistema del compromiso y a los indicadores de posición deíctica. En este caso, la traductora<sup>rep</sup> no se limita a revisar y corregir el texto, sino interviene de forma palpable dando menos importancia a la institución turística (PNT) e intentando formar más equipo con el lector meta.

En los ejemplares definitivos de las reediciones no consta el nombre de la traductora<sup>rep</sup>, es decir, una vez más, en las publicaciones turísticas la traductora<sup>rep</sup> permanece invisible frente a la República y el PNT. Sin embargo, la traductora<sup>rep</sup> se visibiliza durante el proceso de reedición a través de sus correcciones y anotaciones en las pruebas de impresión y en los montajes de las hojas de ciudades traducidas al alemán y reeditadas por la República. Otros agentes que también se visibilizan en este

---

<sup>227</sup> La reformulación textual con respecto a la versión traducida monárquica es tal que dificulta mucho la labor de clasificación de las modificaciones, algo que no sucedía en *El Escorial-TM<sup>rep</sup>* y *Cádiz-TM<sup>rep</sup>*.

proceso son la de la propia República, el PNT y el funcionario del PNT Manuel Pérez Río-Cosa. Todos ellos son voces contextuales.

Por último, nos gustaría mencionar que, a la vista de los resultados del análisis microtextual, consideramos que la traductora<sup>rep</sup> actuó más como *traductora revisora* que como *traductora ejecutiva* (Jansen y Wegener 2013: 24-26), ya que se trataba más de una revisión de los textos ya traducidos que de una traducción en sí. No obstante, da la sensación de que la traductora ejerce su agentividad y poder de forma más libre en el caso de *Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>*. Además, aplicando los conceptos de autoría traductora de Jansen y Wegener (2013: 24-26) a este contexto, si toda traducción implica una *autoría precursora*, las reediciones republicanas se derivan de los ejemplares monárquicos, por lo que los autores y traductores de los TO monárquicos son los autores precursores. El *traductor declarativo* sería principalmente la República Española y, en un segundo plano, el Patronato Nacional del Turismo. Las reediciones republicanas del material turístico muestran más explícitamente la agentividad del poder político.



## 8 ESTUDIO DE CASO: EL FOLLETO TURÍSTICO *LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE (1)* Y SU TRADUCCIÓN AL ALEMÁN

El siguiente estudio de caso se centra en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO<sup>228</sup> y su traducción al alemán. El folleto en español se encuentra custodiado en la Biblioteca Nacional de España (BNE) de Madrid (España) y forma parte del material promocional que el Servicio Nacional del Turismo publicó en 1938 sobre las *Rutas Nacionales de Guerra*.

De forma inesperada, durante nuestras investigaciones en la Biblioteca Nacional de España recopilamos también una segunda publicación en español perteneciente a este proyecto turístico y que estudiamos en detalle en el estudio de caso 9. Ambos ejemplares en español forman parte del catálogo y del corpus (v. Anexo III y Anexo IV de los epígrafes 13.3 y 13.4 de esta tesis doctoral).

Antes de continuar, nos gustaría señalar que esta no es la primera incursión que se hace en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*. A lo largo del proceso de elaboración de esta tesis doctoral, su autora ha publicado dos contribuciones basadas en este ejemplar como material objeto de estudio.

En la publicación digital “Los signos no verbales en la propaganda ideológica del bando franquista a través de un folleto turístico” (Valdenebro Arenas 2017)<sup>229</sup>, se realizó un análisis de los elementos de la comunicación no verbal que formaron parte de la campaña de propaganda ideológica desarrollada por el bando franquista durante la Guerra Civil, tanto dentro como fuera de España, complementando la propuesta de Brandis García y del Río Lafuente (2016). En la publicación digital “Turismo y traducción como instrumentos al servicio de la propaganda ideológica del Estado durante la Guerra Civil española: Estudio lingüístico y traductológico” (Valdenebro Arenas 2018: 177-193), se ejemplificó, de la mano del folleto *La Ruta de Guerra del*

---

<sup>228</sup> El folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO se encuentra en la Biblioteca Nacional de España (BNE) de Madrid (España), MV/1/1355. Su traducción al alemán se encuentra en el Archivo Histórico del Turismo (*Historisches Archiv zum Tourismus*, HAT) del Centro de Estudios Metropolitanos de la Universidad Técnica de Berlín (Alemania), S32-XX-45.

<sup>229</sup> La publicación digital está disponible en: <https://sites.google.com/view/signo/cursos-2017/comunicaciones-virtuales?authuser=0> [Último acceso 14.04.2023]



*Norte (1)-TO* y su versión traducida al alemán, un tipo de análisis destinado a identificar las marcas metadiscursivas con las que se alcanza la persuasión del lector y se codifica la ideología en este particular acto de comunicación turística.

En esta investigación complementamos los resultados y las conclusiones obtenidos en las aportaciones de 2017 y de 2018 con un estudio en profundidad desde otras perspectivas del ejemplar en cuestión, aportando nuevos datos al respecto.

## **8.1 Contextualización del estudio de caso: el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)* y su traducción al alemán**

### **8.1.1 El Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)**

Tras el estallido de la Guerra Civil española en 1936, en España convivieron dos administraciones turísticas. En la España del bando republicano, el Patronato Nacional del Turismo se mantuvo como tal y, en la del bando sublevado, se creó el Servicio Nacional del Turismo<sup>230</sup>, dependiente del Ministerio de Interior.

Ambos bandos se dieron cuenta rápidamente que la propaganda constituía un arma bélica muy poderosa y no dudaron en utilizar el turismo como una herramienta de propaganda política. Así, en 1938, en pleno conflicto bélico, el Servicio Nacional del Turismo puso en marcha el proyecto turístico de las *Rutas Nacionales de Guerra*, unas rutas que estaban diseñadas principalmente para que el público extranjero comprobara lo que acontecía en los distintos frentes de la guerra.

### **8.1.2 La labor de redacción y traducción turísticas en el Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)**

El Servicio Nacional del Turismo tuvo una vida muy corta (1938-1939) y su labor editorial se limitó a la publicación de material promocional sobre las Rutas Nacionales de Guerra, como folletos y carteles, para ser expuestos en las agencias de turismo y entregados a los viajeros interesados.

Como ya hemos señalado en el apartado 2.2.2, el SNT se esforzó por crear una gran campaña de propaganda<sup>231</sup> hacia el exterior, con el fin de legitimar y justificar

---

<sup>230</sup> Para más información sobre el Servicio Nacional del Turismo, remitimos al apartado 2.2.2.

<sup>231</sup> Recordemos que Fernández Fúster (1991) hace hincapié en definir las Rutas Nacionales de Guerra como una actuación política y propagandística, más que como un hecho turístico en sí.

la sublevación militar del bando franquista como necesaria para la salvación del país. A este objetivo político y propagandístico se le unía un objetivo económico.

Las Rutas Nacionales de Guerra constituían un paquete turístico diseñado y destinado a turistas extranjeros procedentes de diferentes países, no solo a turistas de los países aliados del bando sublevado, Alemania e Italia. En palabras de Ramón Serrano Suñer, durante la rueda de prensa de presentación de los itinerarios (Correyero Ruiz 2004: 60), las rutas están destinadas a “los ciudadanos de los países civilizados”, para que experimentaran los acontecimientos en los distintos frentes de la guerra de primera mano.

Con el fin de vender el paquete turístico de las Rutas Nacionales de Guerra en el exterior hubo que tejer una red de contactos y relaciones con numerosas agencias de turismo de toda Europa, especialmente, con Francia, Inglaterra, Bélgica, Holanda, Alemania, Suiza, Italia y Portugal, países que serían los mercados emisores y que aportarían los turistas. Para internacionalizar esta campaña, el SNT tuvo que recurrir a la traducción del material promocional sobre las rutas a seis idiomas: español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués. A ojos del SNT, creemos que estas lenguas se corresponden con los países “civilizados” a los que se refería Ramón Serrano Suñer en la rueda de prensa.

A continuación, caracterizamos los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán del material promocional sobre las *Rutas Nacionales de Guerra*, concretamente, el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)*.

### **8.1.3 Los participantes implicados en los procesos de redacción y traducción al alemán del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)* (1938)**

Los datos contextuales recopilados durante el trabajo de campo en las diferentes localizaciones nos han permitido acercarnos al proceso de redacción y traducción al alemán del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*. Sin embargo, por las circunstancias en las que se gestó el material y por la corta vida que tuvo la institución turística que lo editó, no disponemos de datos tan exactos sobre la red de producción del folleto, a diferencia de lo que sucede con las redes de los anteriores estudios de caso. Por tanto, a continuación, basándonos en los datos que manejamos, hipotetizamos cómo pudieron llevarse a cabo los dos procesos y qué participantes creemos que tuvieron más influencia en ellos.

El folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y su traducción al alemán fueron publicados por el Servicio Nacional del Turismo en 1938, en plena Guerra Civil española.

El Servicio Nacional del Turismo, institución turística promotora de la publicación, continúa siendo uno de los agentes más poderosos en la red y uno de los puntos centrales de la misma. Según los diferentes tipos de autoría de Jansen y Wegener (2013: 23-24), el Servicio Nacional del Turismo sería el *autor ejecutivo*, *declarativo* y *revisor*, como venía siéndolo el Patronato Nacional del Turismo en los anteriores estudios de caso presentados.

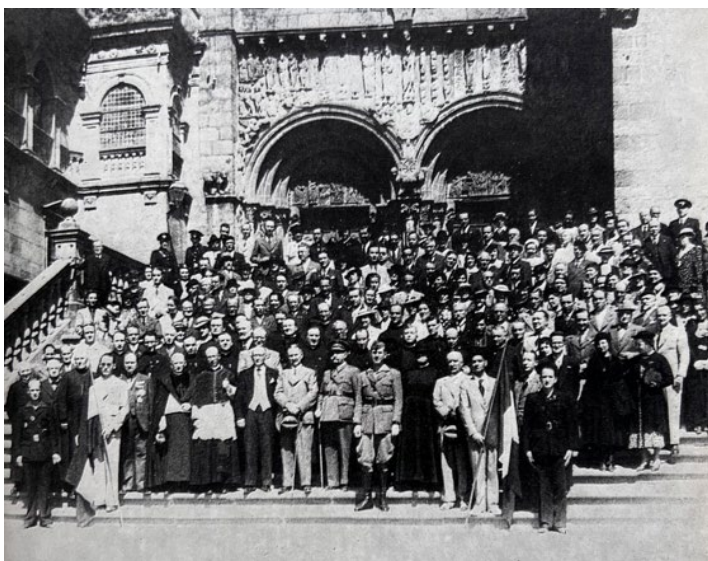
El SNT también era un *agente no humano* que contaba con un equipo humano (Solum 2017) y que, por su condición de institución turística estatal, estaba dotado de la máxima agentividad y poseía el máximo poder de influencia en los procesos tanto de redacción como de traducción. Por tanto, en el SNT nace el encargo de redacción y el de traducción, y el SNT publica los originales y las traducciones definitivos. El SNT tenía potestad para decidir sobre las publicaciones, lo que se publicaba y lo que no, y cómo se publicaba, pero no podía actuar de forma independiente, ya que, como institución turística, representaba al Gobierno del bando sublevado, que, en aquel momento, era el grupo de poder dominante (poder político) en una parte de España, en la denominada por el propio bando sublevado como “España Nacional”. Este grupo de poder dominante poseía un sistema de valores concreto sobre el que se sustentaba una ideología determinada, que mostramos en este capítulo.

En este caso concreto, y como hemos apuntado en otros estudios de caso, la ideología y el sistema de valores del Gobierno sublevado (y con ello del SNT) no tenían por qué coincidir con los del resto de españoles. De hecho, dentro del territorio del bando sublevado había una parte de la población que no compartía esos valores. En “la otra España” existía un Gobierno republicano legítimo, que representaba el otro grupo de poder dominante y que se sustentaba en un sistema de valores totalmente opuesto al del Gobierno del bando sublevado (y del SNT).

Uno de los agentes más poderosos dentro del SNT fue Luis Antonio Bolín Bidwell (1894-1969). Luis Antonio Bolín Bidwell, miembro de una familia de la burguesía malagueña de origen extranjero, fue abogado y periodista especializado en el sector turístico y Delegado Regional del Patronato Nacional del Turismo para Andalucía, Canarias y el Marruecos español en 1928 (Moreno Garrido 2007). En 1936, estaba trabajando como corresponsal del diario *ABC* en Londres, donde planificó, junto

con Juan de la Cierva, el traslado del general Franco en el *Dragon Rapide* desde Canarias hasta Marruecos el 18 de julio de 1936.

Con la constitución del primer Gobierno franquista (30 de enero de 1938), Luis Antonio Bolín Bidwell fue nombrado Director General del Turismo (16 de febrero de 1938). A partir de entonces llevó a cabo una importante gestión turística en guerra, acorde con la propaganda franquista, y fue el ideólogo de las Rutas Nacionales de Guerra, proyecto turístico que tuvo que poner en marcha en tiempo récord.



**Ilustración 61. Luis Antonio Bolín Bidwell (Director General del Turismo), al frente de una peregrinación francesa a la España Nacional (agosto de 1938)<sup>232</sup>**

El objetivo del bando sublevado era imponer un régimen dictatorial con grandes influencias de los totalitarismos italiano y alemán. Esto quiere decir que el bando sublevado tenía un control absoluto sobre lo que se publicaba y lo que se traducía en materia turística y en todos los ámbitos. De este modo, los agentes, tanto en los trabajos de redacción (autores de los TO) como en los de traducción (traductores), veían completamente limitada su agentividad. Como recogemos en el capítulo 3, en estos casos, la actuación de los agentes tiene consecuencias (e incluso peligros), que estos deberán considerar y afrontar si van en contra del sistema, especialmente, si se trata de un sistema totalitario, tal y como prueban algunos estudios de caso de la obra *Agents of Translation* (2009) de Milton y Bandia. En el análisis microtextual del apartado 8.3, estudiaremos si el agente traductor decide actuar en contra del sistema o si por el contrario rema a favor del bando sublevado.

---

<sup>232</sup> Imagen tomada de Bolín (1967: 321bis).

Otros agentes integrantes de esta red serían los receptores del folleto: los lectores, tanto el lector español como el lector alemán, que nos consta que son capaces de influir en los originales y traducciones (Alvstad y otros 2017: 8). Como sabemos, en el ámbito turístico, el receptor es también un cliente potencial y, en este caso, le hemos denominado *lector-turista*<sup>233</sup>. El mensaje del folleto turístico que estudiamos tiene también la finalidad de aportar legitimidad al organismo emisor (SNT y Gobierno del bando sublevado). Por tanto, a la finalidad turística se le unía otra más importante: la propagandística. La persuasión del lector-turista también a nivel ideológico es clave. El análisis de la función interpersonal emisor-receptor en este ejemplar es fundamental. Sabemos que los principales receptores de este ejemplar fueron los turistas extranjeros ante los que el bando sublevado pretendía justificar sus acciones, con el fin de minimizar las críticas internacionales sobre el golpe de Estado contra el Gobierno legítimo. En el apartado 8.3.3, estudiaremos en detalle cómo se presenta al lector-turista en este folleto turístico y qué indicios textuales nos aportan información sobre él.

Nuestras investigaciones arrojan datos suficientes para sostener que la comunicación entre el SNT y los agentes de la red también fue fluida y que los agentes implicados *colaboraron* entre ellos y facilitaron el trabajo, simplemente, por la finalidad del folleto y la rapidez con la que se tuvo que poner en marcha la campaña turística de las Rutas Nacionales de Guerra. Descartamos que existieran *fases de suspensión* (Jansen 2017: 140-156) en el proceso de redacción y de traducción. En este caso, las desigualdades de poder entre los agentes de la red son más extremas que en el resto de los estudios de caso presentados, y la agentividad de los participantes menos poderosos (autores TO y traductores) también se ve totalmente comprometida por la de los más poderosos (Gobierno del bando sublevado y SNT). Además, creemos que el contexto de la edición de este material promocional apunta más hacia un paradigma de colaboración entre los participantes (ANT de Latour), quizás, no por voluntad propia, sino porque actuar de otro modo les hubiera acarreado consecuencias graves. Esto es propio de los regímenes totalitarios.

---

<sup>233</sup> El Servicio Nacional del Turismo emplea el término *turista/s* para referirse a los visitantes de las rutas.

## 8.2 Análisis macrotextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)* y su traducción al alemán

Siguiendo las pautas marcadas en los otros estudios de caso, en este apartado estudiamos y describimos la *estructura prototípica* (Calvi 2011) del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*, con especial atención a su formato y la distribución espacial de los contenidos.

Se trata de un ejemplar desplegable a doble cara, en blanco y negro, de la denominada “Ruta del Norte”, que consta de una cara A (portada, contraportada, ilustraciones y mapas) (v. Ilustración 62) y una cara B titulada *PAISAJES Y HUELLAS DE LA GUERRA EN ESPAÑA*, que contiene el texto y más imágenes (v. Ilustración 63).

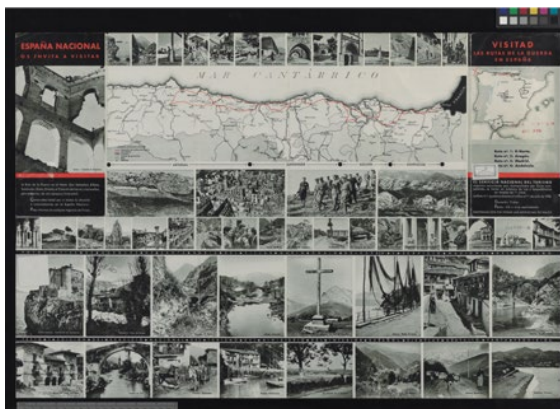


Ilustración 62. Cara A de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*



Ilustración 63. Cara B de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*

La cara A del folleto se puede dividir visualmente en tres partes. La primera parte es la portada y contraportada del folleto (esquinas superiores derecha e izquierda).

La portada (v. Ilustración 64) contiene el título *VISITAD LAS RUTAS DE LA GUERRA EN ESPAÑA* en color naranja, sobre fondo negro, y con letras mayúsculas, además de un mapa de España con las cuatro Rutas de Guerra. La primera palabra del título, el verbo en imperativo *VISITAD*, tiene un mayor tamaño que el resto de las palabras del enunciado. En el mapa podemos observar las cuatro rutas marcadas: en naranja La Ruta de Guerra del Norte y en negro el resto. En la parte inferior de la portada se presenta brevemente la ruta y se incluyen datos prácticos para el turista: como la duración de viaje y el precio.

La contraportada del folleto (v. Ilustración 65) mantiene el mismo estilo que la portada: contiene otro título en los mismos colores que el primero, que reza *ESPAÑA NACIONAL OS INVITA A VISITAR*. La combinación léxica *ESPAÑA NACIONAL* tiene un mayor tamaño que el resto. Además, se incluye la instantánea *Gijón - Cuartel de Simancas*. Como desarrollamos a lo largo de este apartado, todos los elementos de este folleto tienen su razón de ser y las imágenes responden a un claro “criterio selectivo” (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 22).

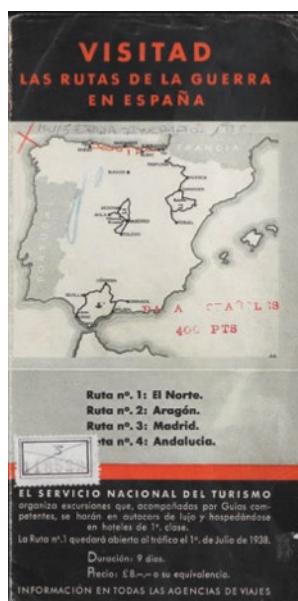


Ilustración 64. Portada de *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO



Ilustración 65. Contraportada de *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO

La segunda parte de la cara A es la central, donde se inserta un mapa de la zona norte peninsular en el que aparece marcada en naranja la Ruta nº.1: El Norte (Irún-Gijón) (v. Ilustración 66).

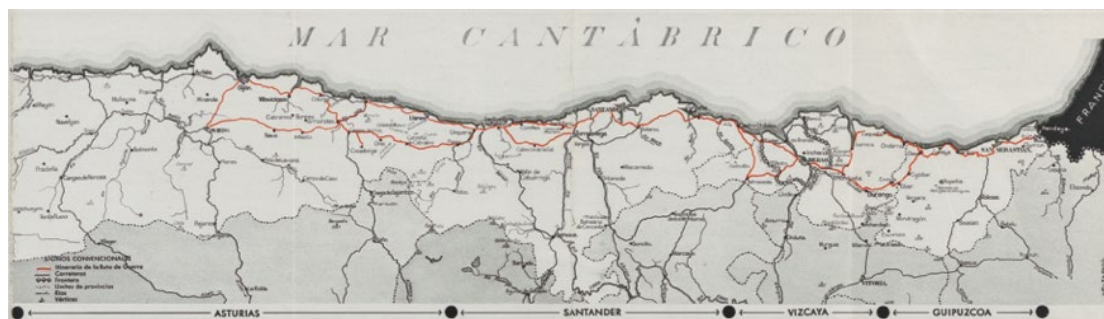


Ilustración 66. Mapa de la Ruta nº.1: El Norte (Irún-Gijón) en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO



En la parte superior del mapa se incluyen catorce pequeñas imágenes y en la parte inferior del mismo cuatro imágenes más grandes y dieciocho más pequeñas. Se trata de instantáneas (v. Ilustración 67) que capturan las huellas físicas de la batalla, pero también paisajes y monumentos emblemáticos, lugares religiosos y escenas cotidianas, donde se presenta al pueblo alegre y emocionado de recibir a las tropas del bando sublevado. En una de ellas aparecen los generales Franco, Dávila y Vigón, entre otros, caminando por lo que creemos era un campo de batalla. Sin duda, todas estas ilustraciones, junto con sus respectivos pies de foto, alaban las hazañas del bando sublevado.



Ilustración 67. Selección de fotografías de la cara A de *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-70



La cara B del folleto se puede dividir visualmente en dos partes: texto e ilustraciones (v. Ilustración 68). Las ilustraciones muestran los protagonistas de la “salvación del país”: incluye los ya mencionados retratos del general Franco y de los seis generales encargados de los asedios en las zonas por las que discurre la ruta: Valiño, Vigón, Dávila, Mola, Aranda y Solchaga, como parte de la información fundamental para el turista.



Ilustración 68. Los retratos de Franco y sus seis generales en *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*

Las imágenes de esta cara B (v. Ilustración 69) resultan igualmente llamativas: los soldados y voluntarios del bando sublevado aparecen representados de forma idílica y heroica, mientras que los republicanos aparecen encarcelados y prisioneros. Asimismo, el folleto muestra las tropas franquistas entrando en diferentes poblaciones, el pueblo saludándoles con entusiasmo y paisajes montañosos.



**Ilustración 69. Selección de fotografías de la cara B de *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

Tanto en la cara A como en la B, se incluyen diferentes elementos de carácter gráfico que apoyan los mensajes propagandísticos del bando sublevado y añaden información sobre la contienda. Como observamos, todas las ilustraciones, en blanco y negro, tienen un pie de foto sobre ellas, lo que hace que sean fácilmente identificables. El uso constante de imágenes con pie de foto para identificar de forma inequívoca los lugares, eventos o personas fotografiados corrobora la tesis de que estas Rutas Nacionales de Guerra se diseñan, sobre todo, para el turismo exterior. Por último, dos elementos gráficos que nos gustaría destacar en este apartado son el uso del color (naranja) y el de la tipografía, concretamente, el uso de la mayúscula (v. Ilustración 64 e Ilustración 65).

Tal y como apuntan Brandis García y del Río Lafuente, este folleto es

un documento de propaganda del turismo en guerra excepcional, donde la información escrita, gráfica y cartográfica, y hasta su diseño, donde se elige el orden geométrico en la distribución y tamaño de elementos, se complementan para reforzar el mensaje que se quiere difundir. (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 18-19)

Brandis García y del Río Lafuente ahondan mucho más en la descripción de los mensajes del folleto en español y en las propias Rutas Nacionales de Guerra:

Las Rutas de Guerra se conciben por parte del gobierno franquista como un instrumento eficaz para conseguir varios objetivos que le interesaba ir alcanzado ante un previsible fin victorioso de la guerra. Uno de los objetivos era recuperar el turismo exterior, más el convencional o institucional, que el propiamente de guerra, y para estos turistas el Servicio Nacional de Turismo diseña una propaganda turística poco agresiva, evocando los destinos turísticos españoles consolidados y los paisajes naturales y culturales fácilmente reconocibles desde el exterior. (Brandis García y del Río Lafuente 2016: 22)

El mensaje propagandístico que el bando sublevado y el SNT querían difundir era el de un Gobierno militar creedor en la futura victoria, heroico y patriótico que enmienda todo lo destruido por el bando republicano (Correyero Ruiz y Cal 2008: 250) y el norte peninsular como un destino tranquilo, en el que ya había acabado la guerra y la vida volvía a la normalidad gracias al buen hacer del nuevo Gobierno. Las ilustraciones fueron el testimonio perfecto para dar fe de ello. El propio folleto relata:

Las fotografías que ilustran esta hoja corresponden a lugares incluidos en la Ruta nº.1, y a escenas o aspectos de la Guerra en el Norte, que acabó en octubre de 1937. Figuran entre ellas las que reproducen algunos de los centenares de puentes destruidos por los rojos e inmediatamente reconstruidos por las tropas del bando sublevado. (*La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO, pág. 18)

El folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO forma parte del género *folletos turísticos*. A diferencia de lo que sucedía con los géneros *hoja plegable* y *hoja de ciudad* del Patronato Nacional del Turismo, este género turístico ha sido más estudiado y concretamente este ejemplar ha sido objeto de investigaciones de tipo gráfico (cf. Brandis García y del Río Lafuente 2016).

La función persuasiva es la función propia de este género textual. En el apartado dedicado al análisis microtextual, estudiaremos esta cuestión junto con el grado de implicación del lector a nivel lingüístico.

Si clasificamos estos ejemplares según las propuestas de Suau Jiménez (2012: 125) y Dann (1996: 135-170), se trata de un género de comunicación turística entre

profesionales y usuarios que se realiza de forma indirecta mediante interacciones escritas. Los géneros típicamente más promocionales se incluyen dentro de la etapa *pre-trip* (Dann 1996: 135-170). Creemos que, en este caso concreto, era necesario que el turista se informara sobre lo que iba a visitar con anterioridad y las condiciones del viaje (precio, duración, alojamiento, transporte, etc.). Sin embargo, no descartamos que el turista pudiera llevar consigo el folleto y consultarlo *on-trip* cuando fuera necesario, debido al formato desplegable y a los datos prácticos que contiene, como el mapa de la ruta en cuestión.

Siguiendo la clasificación de los géneros discursivos en la lengua del turismo que propone Calvi (2010), este ejemplar se genera dentro de la práctica social *descripción y promoción del destino turístico*. En un primer nivel, pertenece a la *familia de géneros institucionales originados en los organismos oficiales (gobiernos nacionales) con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de un destino turístico*.

Siguiendo a Calvi (2010: 23-24) y, desde la perspectiva actual, este ejemplar comparte las características del *macrogénero folleto*, ya que se trata de una publicación de carácter portátil y de distribución gratuita, que tiene forma de desplegable y que combina partes descriptivas con otras secciones prácticas y elementos gráficos, como las ilustraciones y el mapa. Además, es un producto perfectamente tangible y fácil de identificar por el emisor, el canal utilizado y su propósito dominante: se pretende causar una reacción en el receptor con el fin último de que visite el destino turístico. A nivel lingüístico comparte las características de los folletos turísticos (estilo promocional y función persuasiva predominante), tal y como los comprendemos en la actualidad. Dentro del carácter promocional de los folletos, destaca el uso de combinaciones de sustantivos y adjetivos, con valor ponderativo (Calvi 2006), premisa que hemos comprobado que sí se cumple en este caso. Además, posee diferentes elementos de carácter gráfico que apoyan los mensajes verbales, característica básica de todo folleto turístico.

En cuanto a la traducción del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*, en el caso de esta publicación se realizaron versiones en seis idiomas: español, francés, inglés, italiano, alemán y portugués. El Archivo Histórico del Turismo

(*Historisches Archiv zum Tourismus*, HAT) de la Universidad Técnica de Berlín (Alemania) custodia la traducción al alemán del folleto<sup>234</sup>.

Como mostramos en la Ilustración 62, en la Ilustración 63, en la Ilustración 70 y en la Ilustración 71, *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y su traducción son iguales visualmente, es decir, contienen los mismos elementos gráficos. No hay diferencias estructurales entre el TO y el TM. Además, el contenido entre ambos ejemplares es el mismo.



**Ilustración 70. Cara A de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM***



**Ilustración 71. Cara B de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM***

Finalmente, este estudio descriptivo del género *folleto turístico* y su traducción nos ofrece datos suficientes para afirmar que los traductores encargados de la traducción al alemán poseían, a nivel macrotextual, la *competencia de género* a la que se refieren Ezpeleta Piorno y Gamero Pérez (2004: 2). En el siguiente apartado comprobaremos si esto también es así a nivel microtextual.

### **8.3 Análisis microtextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)* y su traducción al alemán**

En los siguientes apartados, presentamos los resultados obtenidos del análisis microtextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y de su traducción al alemán<sup>235</sup>.

---

<sup>234</sup> La publicación turística *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM* se encuentra en el Archivo Histórico del Turismo (HAT) del Centro de Estudios Metropolitanos de la Universidad Técnica de Berlín (Alemania), S32-XX-45.

<sup>235</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.



Antes de continuar, consideramos conveniente destacar dos cuestiones, como venimos haciendo en los análisis microtextuales de los anteriores estudios de caso. Las decisiones que toma el *autor* (del TO), persona física, son observables en *la voz autorial (original)* y las decisiones que toma el *traductor*, también persona física, son observables en *la voz autorial traducida*. Además, nos gustaría puntualizar que cuando empleamos los términos *autor* y *traductor*, estamos teniendo en cuenta al resto de agentes que influyen en las decisiones del *autor* y del *traductor*, como personas físicas, y que, por tanto, están implicados en el proceso de redacción y traducción.

### 8.3.1 Expresión de la valoración en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)* y su traducción al alemán

#### 8.3.1.1 Expresión directa e indirecta del juicio

La voz autorial se caracteriza por utilizar expresiones directas de juicio que pertenecen tanto a las subcategorías de la estima social (+normalidad y +capacidad) como de la sanción social (+integridad moral), que recogemos en la Tabla 96. Las más representativas hacen referencia a la pericia de los guías de las rutas (realizaciones 2 y 3), a los que nombra empleando la mayúscula, al tipo de turistas que las visita (realizaciones 1 y 5) y a la ética y honradez de Francia al mostrar con *legítimo orgullo* los paisajes que en el pasado fueron campos de batalla (realización 6).

**Tabla 96. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO**

<b>Estima social</b>	
<b>+ normalidad</b>	
1.	la mera curiosidad del turista (15)
<b>+ capacidad</b>	
2.	Guías competentes (11)
3.	Guías competentes (15)
4.	la civilización ha extremado sus recursos y sus conquistas (20)
<b>Sanción social</b>	
<b>+ integridad moral</b>	
5.	Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa (15)
6.	[Francia exhibe] con legítimo orgullo (15)

Asimismo, el autor del TO valora de forma indirecta la institución turística del bando sublevado (Servicio Nacional del Turismo), que es la promotora de este folleto

turístico, así como al Gobierno en el bando sublevado, a las tropas *nacionales*<sup>236</sup>, al Gobierno de la República, a los republicanos y a los ciudadanos de lugares donde tuvo lugar la Guerra del Norte (v. Tabla 97).

Además, igual que sucedía en los análisis anteriores, cuando valora de forma positiva aspectos o servicios de las rutas, está valorando de forma indirecta también la habilidad del Servicio Nacional del Turismo, como la institución turística que organiza las rutas y es responsable de su buen funcionamiento. Se trata de expresiones de actitud que combinan las subcategorías de la apreciación directa>+composición y la del juicio indirecto>+capacidad (realizaciones 1-3 de la Tabla 97).

En la pág. 21 de folleto, destaca la prosodia del párrafo sobre Asturias, en el que se han identificado tres expresiones indirectas de juicio (+tenacidad) que tienen que ver con la valentía de los asturianos y la heroicidad de los soldados y de las tropas *nacionales* (realizaciones 7-9 de la Tabla 97). La realización 9 sería una personificación y una expresión directa de apreciación (v. realización 13 de la Tabla 99) que el autor del TO emplea para describir tanto el paisaje de Asturias como la fortaleza de los habitantes de Asturias.

El autor del TO valora de forma positiva y negativa la habilidad de los dos bandos enfrentados en la Guerra Civil española. De hecho, este tipo de valoraciones aparecen frecuentemente combinadas y contienen asociaciones ideológicas como *las tropas nacionales* o *los rojos*, que explicamos más adelante en el apartado 8.3.1.4.

Llama la atención el uso que hace el autor de la graduación en estas combinaciones (realizaciones 7/5 y 4/6 de la Tabla 97). Concretamente, cuantifica la fuerza cuando valora de forma negativa el gran número de puentes *destruidos* por los rojos (realización 7) y cuando valora de forma positiva la rapidez de las tropas *nacionales* en reconstruirlos (realización 5). Este patrón se repite en las realizaciones 4 (positiva sobre el *Gobierno Nacional*) y 7 (negativa sobre *la República*). Con ello el autor está valorando la habilidad de un bando (bando sublevado) y la ausencia de habilidad del otro (bando republicano). Nos detendremos en este aspecto tan interesante en el apartado 8.3.1.5, cuando tratemos la expresión del compromiso.

---

<sup>236</sup> El adjetivo *nacional* se indica en cursiva, tal y como aparece en el texto original. Para más información al respecto, remitimos al apartado dedicado a las asociaciones.

**Tabla 97. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

Estima social	
+ capacidad	
1.	EL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO organiza excursiones que, acompañadas por Guías competentes, se harán en autocars de lujo y hospedándose en hoteles de 1º. clase. (11)
2.	Temporalmente, el recorrido de las rutas habrá de hacerse mediante las excursiones colectivas, acompañadas por Guías competentes, organizadas por el SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (del Ministerio del Interior español). (15)
3.	Autocars del modelo más reciente, y de perfecto confort, adquiridos expreso para estas excursiones, conducirán a través de cada Ruta a los turistas, tomándolos en la frontera de Irún y volviendo a dejarlos en la misma frontera. El alojamiento se hará en hoteles de primer orden provistos de las refinadas exigencias del confort moderno. (16)
4.	El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano (...) y que pone los relojes nacionales al unísono con los demás de Europa (16)
5.	<b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales (18)
- capacidad	
6.	(que la República había suprimido) (16)
7.	<b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos (18)
+ tenacidad	
8.	una epopeya inverosímil (1)
9.	[Asturias] su paisaje bravío [los asturianos] (21)
10.	las escenas de epopeya [de los soldados] (21)
11.	heroísmo [de las tropas nacionales] (21)

En cuanto a la traducción de la expresión del juicio, el traductor realiza algunas modificaciones interesantes en la expresión directa de juicio, como presentamos en la Tabla 98, y mantiene todas las expresiones indirectas de juicio, a excepción de una que se omite al eliminar por completo el sintagma que la contenía (realización 11 de la Tabla 97).

En cuanto a la traducción de la expresión directa del juicio, identificamos una variación interesante en los ejemplos 1 y 2 de la Tabla 98: *[g]uías competentes* se traduce por *von landeskundigen Dolmetschern*, que en español equivaldría a *intérpretes con conocimiento local*. Por tanto, el traductor ha utilizado la técnica de la particularización, según Molina y Hurtado (2002: 500). Esto no implica ningún cambio de categoría o subcategoría, puesto que entendemos que los *[g]uías*, si son *competentes*, deben tener *conocimiento local*. Sin embargo, lo que el autor del TO designa como *[g]uía*, el traductor lo hace como *intérprete*, siendo profesiones



diferentes, aunque por nuestra investigación contextual, sabemos que en la España de entonces los guías también eran llamados guías-intérpretes<sup>237</sup>.

Además, el traductor realiza dos modificaciones significativas. En el ejemplo 3, omite<sup>238</sup> el adjetivo valorativo (*peregrinación*) *piadosa* que se compensa más adelante con el sintagma preposicional *zum frommen Gedenken*. En el ejemplo 4, omite el adjetivo *legítimo*, adjetivo que esconde un claro mensaje ideológico, ya que afecta a uno de los fines de este folleto: justificar las Rutas de Guerra como producto turístico y legitimar, con ello, el golpe de Estado del bando sublevado al Gobierno legítimo de la República. Como señalamos en el análisis de la expresión de la valoración en el TO, para lograr este fin, el autor del TO tomaba como ejemplo a Francia, que también muestra con orgullo sus campos de batalla (v. apartado 8.3.1.4.)

Por último, otra variación, que también afecta a la graduación del juicio indirecto, es la intensificación del número de puentes destruido por los rojos en el ejemplo 4. El traductor opta por aclarar, entre paréntesis, el número de puentes destruidos por los rojos y traduce **algunos de los centenares de puentes destruidos por los rojos** por **einige, die die von den Roten zerstörten Brücken (mehrere hundert) zeigen**, que equivaldría en español a *algunos de los puentes destruidos por los rojos (varios centenares)*, que forma parte, a su vez, de una contradicción-concesión.

**Tabla 98. Variaciones<sup>239</sup> en la traducción de la expresión directa del juicio en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO: ejemplos significativos**

N.º	TO	TM
1	Guías competentes (11)	von landeskundigen <u>Dolmetschern</u> (11)
2	Guías competentes (15)	von landeskundigen <u>Dolmetschern</u> (15)
3	Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa, donde la mera curiosidad del turista se eleva, y se muda en el homenaje que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos. (15)	Die Schlachtfelder sind gewöhnlich Wallfahrtsstätten [*], an denen sich die schlichte Neugierde des Reisenden erhebt und verwandelt <u>zum frommen</u> Gedenken der großen Heldentaten und herrlichen Beispiele, die hier geschahen. (15)
4	Así en las cotas, las trincheras, los paisajes del Somme o de Verdun que Francia conserva y todavía exhibe con legítimo orgullo. (15)	So angesichts der Höhenzüge, Schützengräben und Felder an der Somme und bei Verdun, die Frankreich unverändert erhält und dies es heute mit [*] Stolz besichtigen läßt. (15)
5	Figuran entre ellas las que reproducen <b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos e <b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales. (18)	Unter ihnen sind <b>einige</b> , die die von den Roten zerstörten Brücken ( <b>mehrere hundert</b> ) zeigen, welche aber <b>sofort</b> von den nationalen Truppen repariert wurden. (18)

<sup>237</sup> Véanse las convocatorias de concursos para cubrir plazas de Guías-Intérpretes-Auxiliares publicadas en el *Boletín Oficial del Estado*, 20 de mayo de 1938; 16 de noviembre de 1938.

<sup>238</sup> Las omisiones en el TM se indican con un asterisco entre corchetes [\*].

<sup>239</sup> Las variaciones en el TM se indican subrayadas.

### 8.3.1.2 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO pertenece a la categoría de la apreciación (34 casos): +reacción (3 casos), +composición (16 casos) y +valor social (15 casos) (v. Tabla 99). No se ha identificado ningún caso de apreciación de signo negativo.

Las expresiones de apreciación hacen referencia principalmente a las características naturales y riquezas de la Ruta del Norte, siendo el norte de España también escenario de la Guerra Civil española.

**Tabla 99. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO**

<b>+ reacción</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Su clima suave (20)</li> <li>2. su <b>más</b> saliente personalidad en la belleza (...) de su paisaje maravilloso (21)</li> <li>3. las yedras y musgos románticos de sus fachadas sombrías (21)</li> </ol>
<b>+ composición</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>4. autocars de lujo (11)</li> <li>5. hoteles de 1º. Clase (11)</li> <li>6. las huellas, <b>aún ardientes</b> (1)</li> <li>7. hoteles de primer orden (16)</li> <li>8. [hoteles] provistos de las refinadas exigencias del confort moderno (16)</li> <li>9. <b>Todo</b> el Norte de España es un vergel (19)</li> <li>10. [un terreno que] desparrama sus encantos, en incesante variedad (19)</li> <li>11. (Santander es la) Naturaleza ópima (20)</li> <li>12. un dulce tapiz de césped siempre recién nacido (20)</li> <li>13. [Asturias] su paisaje bravío (21)</li> <li>14. larga corniche admirable (21)</li> <li>15. montes abruptos (21)</li> <li>16. finos celajes de plata de los atardeceres norteros (21)</li> <li>17. Santander, otra playa elegante (22)</li> <li>18. donde los deportes (...) tienen un marco sin par (22)</li> <li>19. las playas llenas de atractivos (22)</li> </ol>
<b>+ valor social</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>20. el homenaje (que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos) (15)</li> <li>21. [los campos de batalla han sido] elemento esencial en los combates (15)</li> <li>22. Autocars <b>del</b> modelo <b>más</b> reciente (16)</li> <li>23. [Autocars] de perfecto confort (16)</li> <li>24. <b>los</b> aspectos <b>más</b> salientes del itinerario (18)</li> <li>25. Cada región, cada provincia – Guipúzcoa, Vizcaya, Santander, Asturias –, tiene características peculiares (20)</li> <li>26. riqueza ganadera (20)</li> <li>27. hallazgos sorprendentes (21)</li> <li>28. <b>mil</b> pueblos que son <b>otras tantas</b> notas pintorescas (21)</li> </ol>

29. puntos salientes con personalidad individual (21)
30. [Bilbao] **la** ciudad **más** rica del mundo (22)
31. [Oviedo] con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España. (22)
32. los pueblos, **tan** personales (22)
33. Altamira, con sus cuevas prehistóricas – las **más** notables pinturas rupestres del mundo – (22)
34. Covadonga, el famoso valle (22)

### 8.3.1.3 Expresión de la graduación de la actitud: fuerza intensificada por repetición

La voz autorial se caracteriza por presentar las actitudes de forma graduada, principalmente, mediante fuerza intensificada por repetición de elementos (v. Tabla 100), aunque existen algunos casos de fuerza intensificada mediante superlativos y varios ejemplos de fuerza cuantificada mediante lexemas aislados que refuerzan, de forma muy llamativa, las expresiones indirectas de juicio en sintagmas polarizados.

La voz autorial emplea un total de diez sintagmas intensificados por repetición de elementos: ocho sintagmas con valoraciones de tipo homogéneo y dos, de tipo mixto. Todos los elementos están unidos por la conjunción coordinante copulativa “y”. Según su categoría actitudinal, la mayor parte de los significados intensificados mediante esta técnica de repetición pertenecen a la categoría de la apreciación.

La realización 8, que es también una asociación, contiene un doblete que es una personificación, ya que el autor del TO dota a la ciudad de adjetivos para describir el heroísmo colectivo que demostraron los ciudadanos de Oviedo a principios de la Guerra Civil española (expresión directa de juicio directo>+tenacidad).

**Tabla 100. La expresión de graduación en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO: fuerza intensificada por repetición de elementos**

	Elemento 1	Elemento 2	Tipo de valoración
<b>Dobletes con la conjunción coordinante copulativa “y”</b>			
1. las grandes hazañas y los magníficos ejemplos (15)	+ ten (juicio)	+ ten (juicio)	homogénea
2. Un terreno movido y montañoso (19)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea
3. <b>infinitos</b> matices de verde son recreo para la vista y reposo para el espíritu (19)	+ reac (apreciación)	+ reac (apreciación)	homogénea
4. esta general y común belleza (20)	+ reac (apreciación)	+ reac (apreciación)	homogénea
5. sus riquezas mineras e industriales (20)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea
6. minas broncas, y prados amenos (21)	+ com (apreciación)	+ reac (apreciación)	mixta
7. San Sebastian, playa cosmopolita y refinada (22)	+ val (apreciación)	+ com (apreciación)	mixta
8. Oviedo (...) la ciudad invicta y heroica (22)	+ ten (juicio)	+ ten (juicio)	homogénea
9. Covadonga, el famoso valle de especial y vibrante significación en la Historia de España (22)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea
10. Santillana del Mar, relicario y muestra eminente de las riquezas del Arte románico que el Norte español acumula (22)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea



- *[a]sí en las Termópilas, en Rocroy o en Waterloo. Así en las cotas, las trincheras, los paisajes del Somme o de Verdun que Francia conserva y todavía exhibe con legítimo orgullo* (pág. 15): al emplear esta asociación el autor del TO equipara los campos de batalla de la Guerra Civil española con contiendas importantes de la historia (Termópilas, Rocroy, Waterloo, Somme y Verdún). Con ello, persigue justificar las rutas como elemento de propaganda turístico-ideológica y legitimar, a su vez, el golpe de Estado del bando sublevado al Gobierno legítimo de la República. Para lograrlo, selecciona, intencionadamente, dos de las batallas más sangrientas y largas de la Primera Guerra Mundial. Estos dos campos de batalla son un orgullo para Francia, a pesar de su alto precio en vidas humanas y suponer dos derrotas para los franceses;
- *Asturias ("Suiza española") tiene, como Vizcaya, minas broncas, y prados amenos, como Santander* (pág. 21): el autor del TO asemeja el paisaje verde asturiano con el de Suiza. Esta asociación podría estar relacionada con que la Suiza de entonces era un país avanzado o, al menos, más avanzado que España. También podría estar relacionada con la fascinación que ejercen, en general, las altas montañas;
- *Oviedo, que hoy es, antes que todo y después que todo, la ciudad invicta y heroica, con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España* (pág. 22): esta asociación acompaña a una heteroglosia, a diferentes valoraciones de actitud (apreciación, doblete, personificación) y a otra asociación que esconde una misiva ideológica muy significativa, que explicamos más abajo. El autor del TO escoge Oviedo de forma intencional por su relevancia histórica para el bando sublevado. Tras el golpe de Estado de julio de 1936, tuvieron lugar numerosas sublevaciones militares en toda la península. Una de ellas tuvo lugar en la ciudad de Oviedo, que se unió a las fuerzas sublevadas por orden del coronel Antonio Aranda. Desde entonces, Oviedo quedó sitiada por las milicias mineras y/o obreras fieles a la República. Estas bombardearon duramente la ciudad. A pesar de ello, Oviedo resistió durante varios meses hasta que las fuerzas sublevadas, procedentes de Galicia, lograron levantar el sitio. De hecho, por su sacrificio y heroica resistencia, el 25 de marzo de 1938, desde Burgos, que era la sede del Gobierno de la España nacional, el jefe del Estado, Francisco Franco, por vía del Ministerio del Interior, expide el siguiente decreto:

DISPONGO

Artículo único. Se conceden a la ciudad de Oviedo los títulos de “invicta” y “heroica”, que podrá ostentar en su escudo y añadir a sus lemas heráldicos.

Dado en Burgos a veinticinco de marzo de mil novecientos treinta y ocho.—El Año triunfal.

FRANCISCO FRANCO

El Ministro de Interior, Ramón Serrano Suñer.

(Boletín Oficial del Estado, 29 de marzo de 1938)

Francisco Franco concede a la ciudad estos títulos, que figuran actualmente en su escudo (v. Ilustración 73), y que el autor del TO hace suyos e incluye en forma de doblete en el folleto;



**Ilustración 73. Escudo de Oviedo<sup>241</sup>**

- como Covadonga, el famoso valle de especial y vibrante significación en la *Historia de España* (pág. 22): la batalla de Covadonga tuvo lugar en el año 722 en Covadonga (Asturias, España), entre el ejército astur de Don Pelayo y tropas de al-Ándalus, que resultaron derrotadas. Incluir esta asociación no es algo aleatorio, ya que esta acción bélica se considera el inicio de la Reconquista. El autor del TO equipara las acciones del bando sublevado con las de los ejércitos cristianos de aquel entonces, que reconquistaron la península y expulsaron a los musulmanes de ella.

Junto con estas asociaciones sobre los escenarios de la guerra, uno de los rasgos más significativos de la voz autorial en este folleto es el uso que hace de asociaciones con gran carga ideológica. Estas asociaciones se aglutinan, además, en torno a las combinaciones de signo positivo y negativo, anteriormente mencionadas, que incluyen expresiones indirectas del juicio. En el plano lingüístico, están formadas por combinaciones de adjetivo y sustantivo o adjetivos sustantivados. Por todo ello, las denominamos “asociaciones propagandísticas” (v. Tabla 101).

---

<sup>241</sup> Imagen tomada de: <https://www.sitographics.com/enciclog/provincias/source/Oviedo.html> [Último acceso 14.04.2023]

**Tabla 101. Las asociaciones propagandísticas en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

N.º	Realizaciones
1	SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (11)
2	SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (15)
3	ESPAÑA NACIONAL (1)
4	El Gobierno Nacional (16)
5	los relojes nacionales (16)
6	los rojos (18)
7	las tropas nacionales (18)
8	la guerra gloriosa por la salvación de España (22)

La primera asociación propagandística identificada tiene que ver con el adjetivo *nacional*. Esta asociación codifica el sistema de valores (y la ideología) del bando sublevado, quien lo empleó para justificar las rutas como elemento de propaganda turístico-ideológica y legitimar, a su vez, el golpe de Estado del bando sublevado al Gobierno legítimo de la República (realizaciones 1, 2, 3, 5 y 7 de la Tabla 101). Se trata de un término propagandístico que ha permanecido en este discurso hasta la actualidad y está muy extendido en este ámbito, pero que es una apropiación indebida y su uso es incorrecto, ya que el Gobierno nacional propiamente dicho (antes del golpe de Estado), era el Gobierno republicano. Además, emplear este adjetivo es excluyente, puesto que no engloba a toda la nación, sino a una parte de ella. Como muestra el folleto, los sublevados lo emplearon para referirse a su bando y el propio organismo turístico adquirió esa denominación: Servicio *Nacional* del Turismo (realización 1).

La segunda asociación propagandística la forma el adjetivo *rojo/a* (a veces también adjetivo sustantivado: *los rojos*) que, en política, se utiliza para simbolizar los movimientos e ideologías revolucionarios o izquierdistas (realización 6). Aunque durante la Guerra Civil española fue empleado para referirse al bando republicano, también es un uso del lenguaje que ha permanecido hasta la actualidad.

Por último, el adjetivo *glorioso/a*, proviene de *Glorioso Alzamiento Nacional* (realización 8). Es el nombre con el que los sublevados y, posteriormente, el Gobierno franquista denominó el golpe de Estado contra el Gobierno de la Segunda República española, que se produjo entre el 17 y el 18 de julio de 1936 y cuyo fracaso parcial condujo a la Guerra Civil española. El *Alzamiento* del 18 de julio estaba considerado como el momento fundacional del régimen y el inicio del Movimiento Nacional. Los sublevados consideraban el *Alzamiento* la salvación de la *verdadera España* de la *Antiespaña*, encarnada en la República (realización 4), los separatismos y los movimientos obreros.



En cuanto a la traducción de las asociaciones, el traductor opta por el calco<sup>242</sup> como técnica de traducción de la mayor parte de las asociaciones en general, tal y como se recoge en la Tabla 102.

Algo diferente sucede con la traducción del nombre de la institución turística, Servicio Nacional del Turismo, que es, a su vez, una asociación propagandística y cuyo simbolismo hemos explicado anteriormente. En uno de los casos, el traductor utiliza la técnica del calco al traducir *Servicio Nacional del Turismo* por *Nationalen Touristendienst* seguido de la versión española entre paréntesis (realización 2). En otro, opta por *DAS STAATLICHE SPANISCHE VERKEHRSAMT* (realización 1), dando a entender que es la única institución turística estatal en aquel momento en España. Como sabemos por nuestra investigación contextual, en el bando republicano existía otra institución turística: el Patronato Nacional del Turismo (1928-1939). Utilizar el adjetivo *staatlich* [estatal] forma parte de la tendencia a legitimar el golpe de Estado del bando sublevado contra la República española. Otra prueba de ello es la traducción al alemán de la realización 3 *Gobierno Nacional* por *Nationalspanien* (17) [España Nacional].

**Tabla 102. La traducción de las asociaciones propagandísticas en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

N.º	TO	TM
1	SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (11)	DAS STAATLICHE SPANISCHE VERKEHRSAMT (11)
2	SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (15)	Nationalen Touristendienst (Servicio Nacional del Turismo) (16)
3	ESPAÑA NACIONAL (1)	NATIONALSPANIEN (1)
4	El Gobierno Nacional (16)	Nationalspanien (17)
5	los relojes nacionales (16)	die nationale Uhrzeit (17)
6	los rojos (18)	(von) den Roten (18)
7	las tropas nacionales (18)	(von) den nationalen Truppen (18)
8	la guerra gloriosa por la salvación de España (22)	des glorreichen Krieges zur Rettung Spaniens (21)

### 8.3.1.5 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

El folleto *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO consta de 45 oraciones. De este total de oraciones, sólo 8 son heteroglósicas, por lo que la voz autorial tiene principalmente carácter monoglósico, como presentamos en la Tabla 104. Dos oraciones contienen varias heteroglosias cada una (heteroglosias 2/7 y 8/11).

<sup>242</sup> Hurtado Albir (2001) emplea el término *equivalente acuñado*.

Analizando más en detalle las heteroglosias, el autor del TO cierra el espacio dialogístico en nueve casos (*negación*, *contradicción*, *contradicción-concesión*, *afirmación* y *pronunciamento*) y lo abre, tan solo, en un caso (*distancia*). Es decir, en este folleto el espacio dialogístico es muy reducido, el autor no da opción al diálogo y todas las heteroglosias (menos una) son *contractivas*, por lo que establece solidaridad con el lector, del que espera que comparta sus mismos valores y no se oponga a su visión de la realidad (*lectores complacientes*). Sin embargo, en nuestra opinión, el autor sí anticipa una posible posición diferente del lector (*lectores resistentes*).

Las dos *concesiones-contradicciones* identificadas (heteroglosias 5 y 6 en la Tabla 103) son dos movimientos retóricos vinculados. En estos casos, el autor utiliza las concesiones para afirmar de forma más severa la posición y para que no quede lugar a ninguna duda; el autor señala la habilidad del *Gobierno Nacional* (valoración positiva: juicio>+capacidad) frente a la ausencia habilidad de la *República/los rojos* (valoración negativa: juicio>-capacidad). Estos sintagmas polarizados los hemos estudiado con anterioridad en relación con los sistemas de la actitud y de la graduación, ya que contienen expresiones indirectas de juicio graduadas sobre ambos bandos y asociaciones propagandísticas.

En la heteroglosia 5, las dos *concesiones* rodean a la *contradicción* (referencia negativa) que aparece entre paréntesis a modo aclaratorio. En la heteroglosia 6, la *contradicción* precede a la *concesión*: es como si el autor diera un paso atrás (valor negativo) para coger impulso y volver con más fuerza para subrayar su punto de vista de forma más clara (valor positivo). En esta última combinación es importante resaltar el uso de la graduación que refuerza mucho más la expresión indirecta del juicio y las heteroglosias.

**Tabla 103. Concesiones-contradicciones en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

+ <i>concesión</i> (juicio indirecto>+capacidad)	- <i>contradicción</i> (juicio indirecto>-capacidad)	+ <i>concesión</i> (juicio indirecto>+capacidad)
5. El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano	(que la República había suprimido)	y que pone los relojes nacionales al unísono con los demás de Europa. (16)
- <i>contradicción</i> (juicio indirecto>-capacidad)	+ <i>concesión</i> (juicio indirecto>+capacidad)	
6. Figuran entre ellas las que reproducen <b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos	e <b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales. (18)	

En cuanto a las **contradicciones**, en la heteroglosia 3 (v. Tabla 104) el autor del TO incluye el cambio a las siguientes divisas: libras esterlinas (GB), Liras (italiana), Marcos (alemanes), Francos (Francia), Dólares (EE. UU.), Florines (holandeses) o Francos suizos, lo cual puede resultar, tal vez, excluyente para otros países. Podría tratarse de una forma de expresar que sólo esos países son bienvenidos. Además, el autor del TO presenta la oferta como relativamente barata: *toda clase de gastos* [están comprendidos en el precio], *incluso* [propinas]. En relación con nuestras investigaciones en el AGA, la inclusión de estas divisas (sobre todo la francesa) nos hace pensar que este folleto promocionaba el itinerario “F” de la Ruta de Guerra del Norte (v. Anexo II del epígrafe 13.2 de esta tesis doctoral).

En una ocasión el autor del TO se pronuncia (heteroglosia 10) resaltando información de interés para el lector.

Además, usa otras voces para presentar su posición. En las heteroglosias 2/7, se apropia de otras voces (quizás exageradas) que niegan y afirman, apoyándose en fuentes no claramente identificadas (*eco*) para respaldar su posición. En la heteroglosia (8/11), el autor del TO se distancia de forma explícita del material atribuido y se apoya en voces populares para presentar una posición, que sabemos que comparte con las voces populares.

**Tabla 104. La expresión del compromiso en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO<sup>243</sup>**

mon.	1. Cada región, cada provincia – Guipúzcoa, Vizcaya, Santander, Asturias –, tiene características peculiares dentro de esta general y común belleza. (20)			
heteroglosia	contracción	rechazo	<b>negación</b> 2. La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que <b>no</b> han sido <b>sólo</b> marco, sino elemento esencial en los combates cuyo eco ha recorrido el mundo. (15)	
			<b>contradicción</b> 3. El precio de la excursión, en el cual están comprendidos transporte, alojamiento, comidas – salvo extras –, y toda clase de gastos, <b>incluso</b> propinas, es de £ 8.-0.-0 (ocho libras esterlinas) o su equivalencia al cambio del día en Liras, Marcos, Francos, Dólares, Florines o Francos Suizos. (18)  4. <b>Pero</b> no faltan en el itinerario puntos salientes con personalidad individual. (21)	<b>contradicción-concesión</b> 5. El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano (que la República había suprimido) y que pone los relojes nacionales al unísono con los

<sup>243</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

		declaración	<b>afirmación</b> 7. La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que no han sido sólo marco, <b>sino</b> elemento esencial en los combates <b>cuyo eco ha recorrido el mundo</b> . (15)  8. <b>Ante todo</b> las cuatro capitales. San Sebastian, playa cosmopolita y refinada; Bilbao, la que se ha llamado la ciudad más rica del mundo; (22)  9. Oviedo, <b>que hoy es, antes que todo y después que todo</b> , la ciudad invicta y heroica, con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España. (22)	demás de Europa. (16)  6. Figuran entre ellas los que reproducen algunos de los centenares de puentes destruidos por los rojos e inmediatamente reconstruidos por las tropas nacionales. (18)
			<b>pronunciamiento</b> 10. Y los pueblos, tan personales como Motrico, Ondarroa, Lequetio, Bermeo, y los demás <b>dignos de señalarse</b> como Torrelavega, Cangas de Onis, Colunga, Infiesto, Pravia o Villaviciosa. (22)	
	expansión	atribución	<b>distancia</b> 11. Ante todo las cuatro capitales. San Sebastian, playa cosmopolita y refinada; Bilbao, <b>la que se ha llamado</b> la ciudad más rica del mundo; (22)	

La traducción del folleto turístico consta de 45 oraciones, igual que el texto origen. En el plano del compromiso, no existen grandes diferencias y se mantiene el carácter predominantemente monológico de la voz autorial original.

Analizando más en detalle la traducción de las heteroglosias, resulta significativo que el traductor añade una **contradicción** más a la oración que, ya originalmente, contenía dos heteroglosias (ejemplo 1 de la Tabla 105). Además, intensifica uno de los verbos presentes en la heteroglosia y traduce *ha recorrido* por *erschütterte*, que en español equivaldría a *conmovió* o *sacudió*, lo que implica una mayor inversión del traductor en la posición valorada. Asimismo, añade un elemento graduador, concretamente un maximizador (*die ganze Welt*). Este hecho demuestra que la Guerra Civil española estaba teniendo mayor repercusión negativa desde la perspectiva extranjera.

Otra variación, que también afecta al compromiso, es la intensificación del número de puentes destruidos por el bando republicano en la contradicción-concesión (ejemplo 2 de la Tabla 105). El traductor opta por aclarar el número de puentes destruidos por *los rojos* entre paréntesis.

Además, en el ejemplo 3 de la Tabla 98, mientras el autor del TO incluye el cambio a las divisas cuando se refiere al precio de la excursión y aclara que las propinas van incluidas en este, el traductor omite la heteroglosia y no aclara este punto. Una posible interpretación de esta decisión es que, quizás, era innecesario.

**Tabla 105. Variaciones<sup>244</sup> en la traducción de la expresión del compromiso en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO: ejemplos significativos**

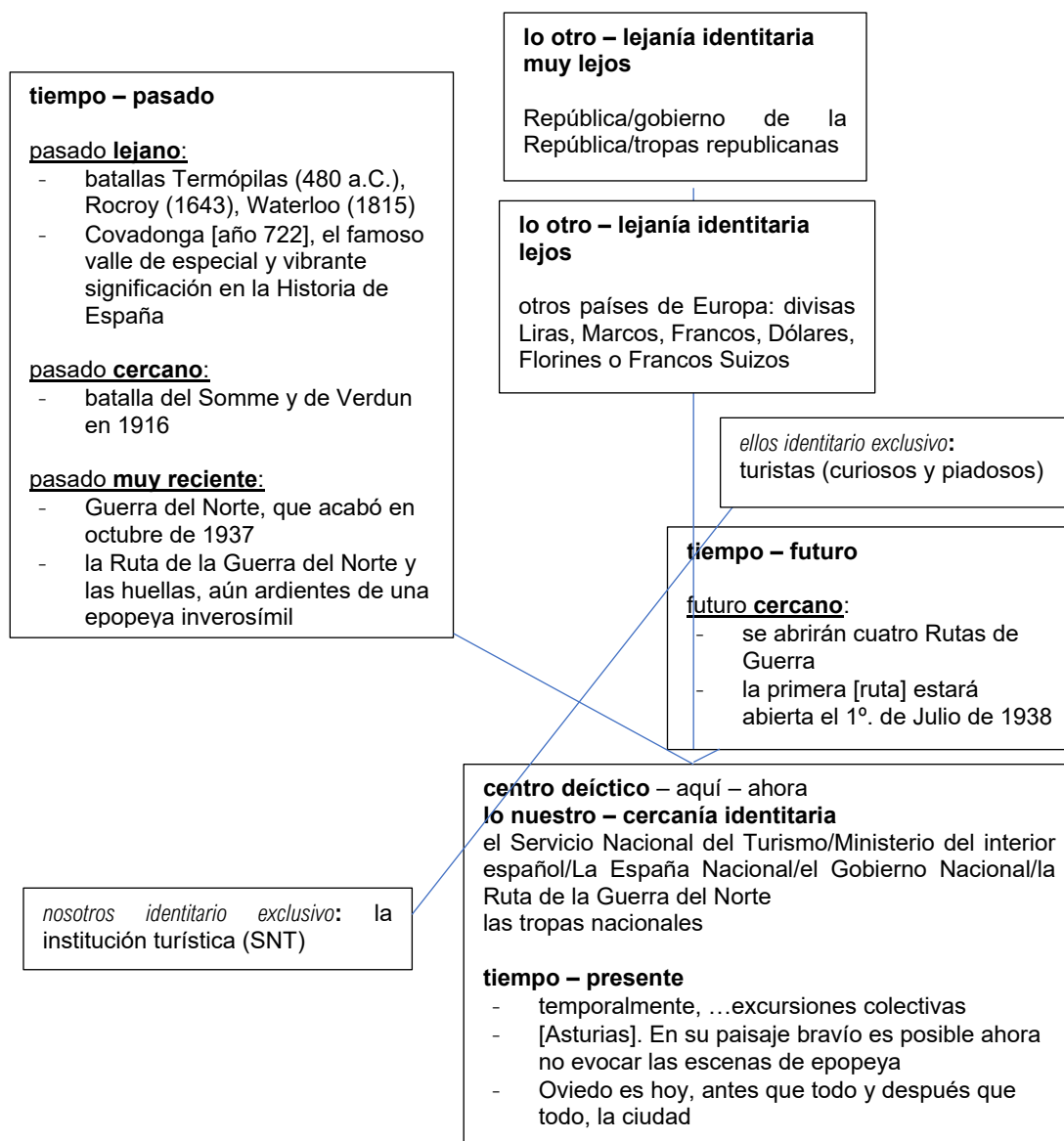
N.º	TO	TM
1	La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que no han sido sólo marco, sino elemento esencial en los combates cuyo eco ha recorrido el mundo. (15)	<u>Obwohl</u> Nationalspanien sich noch mitten im Kriege befindet, hat es die Initiative ergriffen, den Besuch der Schlachtfelder zu gestalten, welche nicht nur, der äußere Schauplatz, sondern, ein wesentliches Element der Kämpfe sind, deren Widerhall die <u>ganze</u> Welt <u>erschütterte</u> . (15)
2	Figuran entre ellas las que reproducen <b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos e <b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales. (18)	Unter ihnen sind <b>einige</b> , die die von den Roten zerstörten Brücken ( <b>mehrere hundert</b> ) zeigen, welche <u>aber sofort</u> von den nationalen Truppen repariert wurden. (18)
3	El precio de la excursión, en el cual están comprendidos transporte, alojamiento, comidas – salvo extras –, y toda clase de gastos, incluso propinas, es de £ 8.-0.-0 (ocho libras esterlinas) o su equivalencia al cambio del día en Liras, Marcos, Francos, Dólares, Florines o Francos Suizos. (18)	Der Preis des Ausfluges ist £ 8.0.0 [*] oder deren Gegenwert zum amtlichen Tageskurse, auch in Lire, Reichsmark, Franken, amer. Dollar, holl. Gulden oder Schweizerfranken. (18)

<sup>244</sup> Las variaciones en el TM se indican subrayadas.

### 8.3.2 Posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1)* y su traducción al alemán

En la Figura 23 analizamos los marcadores temporales, espaciales e identitarios del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO.

Figura 23. La posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO<sup>245</sup>



Como observamos en la figura anterior, los indicadores temporales son los más variados y abundantes. A diferencia de lo que ocurría en los análisis anteriores, el marcador de tiempo futuro sí se realiza en dos ocasiones. Resulta igualmente

<sup>245</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).

interesante la gran distancia entre “lo nacional” y “lo republicano”. Esto sitúa a otros países de Europa más cerca del centro deíctico. También equipara “lo nacional” con “lo español”. La figura de la posición deíctica en la traducción sería algo diferente. Llama la atención que el traductor omite el marcador de tiempo pasado muy reciente sobre la Guerra del Norte en *las huellas, aún ardientes*<sup>246</sup> (de la Guerra del Norte), que es, a su vez, un elemento cuantificador de fuerza, que implica proximidad temporal. Esto implica que la traducción se distancie temporalmente de la Guerra Civil. En nuestra opinión, esta decisión podría responder a una estrategia propagandística para que los futuros turistas no tuvieran miedo al visitar las rutas.

Otra característica novedosa del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO, con respecto a las publicaciones anteriormente estudiadas, es que el autor del TO se dirige de forma directa al lector tanto en la portada como en la contraportada del folleto, tal y como recogemos en la Tabla 106. Para ello, emplea el modo imperativo: la segunda persona del plural (*vosotros*: apelación 1 y 2) y la tercera persona del singular de cortesía (*usted*: apelaciones 3 y 4). Este lenguaje tan directo y personal es propio del lenguaje publicitario.

El traductor mantiene estas apelaciones directas al lector en la forma de cortesía. En cuanto a las apelaciones en segunda persona del plural (*vosotros*), en uno de los casos opta por la forma de cortesía en tercera persona del plural (realización 2), que sabemos que es más frecuente en la lengua alemana. Por este motivo, resulta significativo que mantenga la segunda persona del plural en el primer ejemplo (realización 1). La realización 4 la omite.

**Tabla 106. Apelaciones directas al lector en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO y su traducción**

N.º	TO	TM
1	<b>VISITAD</b> LAS RUTAS DE LA GUERRA EN ESPAÑA (11)	<b>BESUCHT</b> DIE KRIEGSZONEN IN SPANIEN (11)
2	ESPAÑA NACIONAL <b>OS INVITA A VISITAR</b> la Ruta de la Guerra en el Norte (...) (1)	NATIONALSPANIEN <b>LADET SIE ZUM BESUCH</b> der Kriegszone im Norden (...) <b>ein</b> (1)
3	<b>Compruebe Usted por sí mismo</b> la situación y circunstancias en la España Nacional. (1)	<b>Überzeugen Sie sich selbst</b> von der Lage und den jetzigen Verhältnissen in Nationalspanien. (1)
4	<b>Pida</b> informes en cualquier Agencia de Viajes. (1)	[omisión]

<sup>246</sup> Traducción: *die Spuren* (1) [omisión]

Siguiendo a Munday (2012: 70-71), los indicadores de posición deíctica en este folleto turístico en español y su traducción al alemán se clasifican en dos categorías, que mostramos en la Tabla 107.

El cambio más relevante es la traducción de los indicadores pertenecientes a la categoría *ellos identitario exclusivo* (realizaciones 2-4 de la Tabla 107). En este punto nos detendremos en el siguiente apartado.

Ni el autor del TO, ni el traductor emplean indicadores pertenecientes a las categorías inclusivas: *nosotros espacio-temporal inclusivo* ni *nosotros identitario inclusivo*. Este hecho implica que ninguno de ellos intenta formar equipo con el lector a través de este mecanismo.

**Tabla 107. Los indicadores de posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO y su traducción<sup>247</sup>**

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones en el TO	Realizaciones en el TM
<i>nosotros identitario exclusivo</i>	la institución turística (SNT)	1	A continuación <b>damos</b> una breve impresión acerca de los aspectos más salientes del itinerario que dicha Ruta nº.1 recorre. (18)	Im folgenden <b>geben wir</b> einen kurzen Überblick über die hauptsächlichsten Sehenswürdigkeiten der Reiseroute Nr. 1. (18)
<i>ellos identitario exclusivo</i>	el futuro turista	2	Los campos de batalla, son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa, donde la mera curiosidad del <b>turista</b> se eleva, y se muda en el homenaje que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos. (16)	Die Schlachtfelder sind gewöhnlich Wallfahrtsstätten, an denen sich die schlichte Neugierde des <b>Reisenden</b> erhebt und verwandelt zum frommen Gedenken der großen Heldentaten und herrlichen Beispiele, die hier geschahen. (15)
		3	Autocars del modelo más reciente, y de perfecto confort, adquiridos exprofeso para estas excursiones, conducirán a través de cada Ruta a los <b>turistas</b> , tomándolos en la frontera de Irún y volviendo a dejarlos en la misma frontera. (...) (Una de las fotografías aquí publicadas es la del HOTEL REAL de Santander, que se da como ejemplo de los utilizados para el alojamiento de los <b>turistas</b> que recorran la Ruta de la Guerra del Norte.) (16)	Autobusse vom letzten Typ und mit allem Komfort, eigens für diese Ausflüge angeschafft, führen die <b>Touristen</b> über die angegebenen Schlachtfelder. Abfahrtsort ist die Grenzstadt Irún, wo auch die Gesellschaftsreise wieder endet. (...) Eine der Photographien zeigt das Hotel Real von Santander, das zur Unterkunft der <b>Reisenden</b> dient, welche die Nordkriegszone besuchen wollen. (16)
		4		

<sup>247</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).



### 8.3.3 Proyección del lector-turista en *La Ruta de Guerra del Norte* (1) y su traducción al alemán

Como hemos mostrado en el anterior apartado, el autor del TO nombra directamente al lector meta del folleto hasta en tres ocasiones (v. realizaciones 2-4 de la Tabla 107), y en todas ellas, utiliza el término *turista/s*. El traductor emplea los términos *Reisenden* [viajeros] y *Touristen* [turistas] de igual forma para el término *turista/s* en español.

En la línea de lo que sucedía en las publicaciones turísticas analizadas anteriormente, consideramos que el autor del TO construye un lector *complaciente*, que visitará las rutas y se convertirá en un turista curioso y piadoso, como muestran los indicios que deja el autor en el texto.

Sin embargo, sí creemos que el autor del TO anticipa la existencia de algunos grupos “resistentes” contra la legitimidad de la sublevación y sus consecuencias, que puedan no compartir sus mismos valores. Por este motivo, el autor se encarga de crear un lector más *complaciente* que en los textos anteriores, o *complaciente*, también, desde el punto de vista ideológico. En general, el tono es más contractivo y explícito y no da lugar a otras opiniones. Recordemos que la finalidad última de este folleto turístico es la propaganda del bando sublevado.

Además, el autor del TO no intenta formar equipo con el lector a través de los indicadores de posición deíctica. Sí lo hace a través de las apelaciones directas al lector, las heteroglosias *contractivas* y las descripciones del turista que espera que visite las rutas.

Sin duda, este folleto turístico es el ejemplar del corpus más promocional, persuasivo y publicitario. La finalidad de esta publicación y las circunstancias de su creación fueron muy diferentes a la finalidad y las circunstancias en las que se redactaron los demás ejemplares del corpus. Esto puede justificar ciertos fenómenos observados, como el del uso de apelaciones directas al lector. El traductor se mantiene en la misma línea.

#### 8.3.4 Patrón valorativo en *La Ruta de Guerra del Norte* (1) y su traducción al alemán: un viaje “propagandístico” por la España Nacional

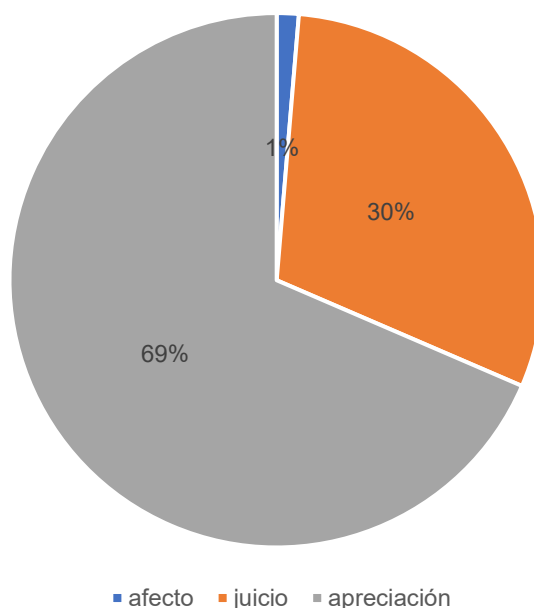
En el discurso turístico durante la Guerra Civil española operaba también la voz del promotor turístico de España, que combina de una manera específica los recursos de los sistemas de la valoración (*actitud*, *compromiso* y *graduación*), y que es un tanto diferente a la voz de los ejemplares anteriormente analizados.

En este folleto, la voz del promotor turístico persigue, por un lado, ensalzar y legitimar al bando sublevado y al posterior régimen franquista; por otro, desprestigiar al bando y Gobierno republicanos. Sin duda, en este caso, la voz del promotor turístico busca moldear la imagen pública del bando sublevado y justificar sus acciones ante la opinión pública internacional. A lo largo del texto, observamos la axiología propia del bando sublevado.

Para expresar ese matiz “propagandístico” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (83%) la mayor parte de la actitud;
- cuando lo hace de forma **indirecta** (17%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (97%) y, puntualmente, de signo **negativo** (3%);
- se expresa, principalmente, a través de la **apreciación** (69%) y del **juicio** (30%). El afecto se realiza de forma excepcional (1%) (v. Figura 24);
- expresa la carga actitudinal de forma muy graduada, principalmente, a través de **fuerza intensificada por repetición de elementos** (27% del total de valoraciones);
- emplea **categorías híbridas** en **expresiones indirectas** de actitud y **asociaciones: sintagmas combinados polarizados**;
- se presenta principalmente de forma **monoglósica** y, puntualmente, utiliza **heteroglosias** (*contractivas*);
- **no** recurre al empleo de muchos **indicadores de posición deíctica** (ninguno inclusivo y cuatro exclusivos), usa el término **turista/s**, el marcador temporal de tiempo **futuro** y apelaciones directas al lector usando **imperativos**.

**Figura 24. El sistema de la actitud en el folleto *Las Rutas de Guerra (1)*-TO**



En este caso, nos gustaría destacar algunos recursos que han sido seleccionados, intencionadamente, para fundamentar el sistema axiológico de este folleto turístico.

Por un lado, el autor del TO valora de forma positiva o negativa a habitantes de regiones, turistas, profesionales del turismo, diferentes bandos de la Guerra Civil etc., la tipología que siguen es: valoraciones de signo positivo sobre el bando sublevado y valoraciones de signo negativo sobre bando republicano. De hecho, los dos únicos ejemplos que existen de valoración negativa pertenecen a la subcategoría del juicio indirecto y hacen referencia al Gobierno de la República y al bando republicano.

Por otro, el autor del TO valora también de forma indirecta la buena labor del Servicio Nacional del Turismo y escoge de forma intencional asociaciones que se refieren a escenarios bélicos y aspectos relacionados con lugares del itinerario. Dentro de este grupo destacan las que hemos denominado “asociaciones propagandísticas”, que son valoraciones muy explícitas, con un carácter ideológico muy marcado, fácilmente identificables y propias del discurso propagandístico del bando sublevado. Se trata de una categoría novedosa y original, que no ha sido localizada en los microanálisis anteriores. En algunos casos, estas asociaciones propagandísticas acompañan a expresiones indirectas de actitud graduadas sobre los dos bandos enfrentados en la contienda, formando combinaciones muy polarizadas que son igualmente interesantes desde el punto de vista del sistema del compromiso (*concesiones-contradicciones*).

Es llamativa la ausencia de ejemplos de la categoría deíctica *nosotros identitario inclusivo* (todos los españoles). Esto podría deberse al fin del propio folleto. Como ya hemos desarrollado anteriormente, este ejemplar se editó para ser traducido, puesto que el bando sublevado siempre tuvo claro que el turismo y la propaganda eran cuestiones clave para reforzar sus tesis frente al resto de los países. Por lo tanto, el principal mercado turístico de las rutas era el extranjero. Este objetivo propagandístico en el exterior podría explicar por qué parece que el autor del TO y, después, el traductor persigue vencer *resistencias*. Ambos presienten la posibilidad de que algún lector piense de modo diferente y esta posibilidad aumenta cuando se trata de lectores extranjeros.

En cuanto a la traducción al alemán del folleto turístico, el traductor, aunque parece que intenta imitar la configuración de la voz autorial original, deja su impronta en el texto traducido y realiza modificaciones (sobre todo en el plano de la actitud e intensificación de la graduación) que refuerzan en la mayor parte de los casos el sistema de valores del ejemplar. Una excepción de esta tendencia es la omisión del adjetivo *legítimo* (juicio directo), que es un elemento con gran carga ideológica empleado con un fin completamente propagandístico. Esta decisión del traductor podría interpretarse como un rechazo a legitimar guerras como las sucedidas en territorio francés.

Asimismo, el traductor calca la mayor parte de las asociaciones y hace algún giro interesante en otras: en un caso, mantiene en español el nombre entre paréntesis; en otro, emplea el adjetivo *staatlich* [*estatal*], que codifica la legitimación del golpe de Estado del bando sublevado para derrocar al Gobierno legítimo de la República.

Todos estos resultados son pruebas textuales que muestran la agentividad del traductor, que deja estas huellas en el patrón valorativo de la voz autorial traducida, y que, en general, actúa a favor del sistema de valores del folleto.

#### **8.4 Sistema de valores e ideología en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO***

En 1938, el Servicio Nacional del Turismo publicó este ejemplar estructurado sobre la base de un criterio geográfico y en él presenta el Norte español como escenario de la Guerra Civil española y hace un repaso de las provincias del itinerario (Guipúzcoa, Vizcaya, Santander, Asturias) y sus cuatro capitales, así como de otros lugares de interés turístico (playas, pueblos, cuevas prehistóricas, etc.) que forman parte de la ruta propuesta. Además, aporta información práctica (precio, duración, servicios, etc.) sobre la Ruta de Guerra del Norte para los turistas interesados en visitarla.

Para valorar de forma positiva las Rutas Nacionales de Guerra y la heroicidad del bando sublevado, el SNT se valió de elementos verbales y no verbales (fotografías, tipografía, color, etc.), como hemos presentado en los apartados anteriores. Con ello, el SNT persigue dar fe de que el norte peninsular es un destino tranquilo, en el que había finalizado la guerra y la vida volvía, poco a poco, a la normalidad gracias al buen hacer del nuevo Gobierno. Además, el SNT valora de forma negativa a otros implicados en la Guerra Civil española.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO. Como ya hemos mencionado en el apartado anterior, la voz del promotor turístico invita al lector-turista a realizar un viaje propagandístico por la España Nacional, que utiliza para transmitir su posición axiológica, que se sustenta en dos tipos de valores antagónicos.

La siguiente tabla se ha organizado siguiendo la estructura de la tabla del sistema de valores de la hoja de ciudad *Cádiz-TO<sup>mon</sup>*, puesto que existen ciertas similitudes entre ambas. La columna de la izquierda recoge las valoraciones representativas del grupo “bando sublevado” (coloreado en verde) y la columna de la derecha reúne las del grupo “bando republicano” (coloreado en naranja). Cada grupo posee unos valores concretos (última fila a la izquierda y a la derecha) que se oponen entre sí por su signo y por el elemento valorado.

El autor del TO alaba la ética del Gobierno del bando sublevado y su habilidad para tomar decisiones acertadas o para proporcionar los mejores servicios turísticos, el heroísmo colectivo y la resistencia de los ciudadanos de Oviedo, y de Asturias en general, y la fortaleza de los soldados y tropas del bando sublevado. En contraposición, condena la falta de habilidad del Gobierno de la República y a *los rojos*, pero, en general, sigue una estrategia propagandística poco agresiva. Al igual que sucede en los microanálisis anteriores, para valorar de forma positiva o negativa a estos grupos e invertir más en la posición valorada, se sirve de valoraciones principalmente indirectas graduadas por cuantificación, asociaciones propagandísticas y oraciones heteroglósicas que refuerzan su posición.

Estructuralmente, puede afirmarse que el autor del TO se hace notar más en la primera mitad del folleto donde emplea un buen número de dobletes, asociaciones propagandísticas, valoraciones muy significativas (sobre todo de juicio indirecto graduado) y sintagmas combinados polarizados. Todas las realizaciones mencionadas

muestran cómo el autor codifica el sistema de valores (y la ideología) del bando sublevado.

El SNT planificó las rutas, sobre todo, para el público extranjero en un intento de hacer un “lavado de cara” al bando sublevado. Las pruebas textuales de la agentividad del traductor reman a favor del sistema de valores (y la ideología) y de la finalidad propagandística de este ejemplar: moldear la imagen pública del bando sublevado y justificar sus acciones ante la opinión pública internacional. Sin duda alguna, el traductor elige actuar a favor del sistema, puesto que hacerlo de otro modo hubiera tenido consecuencias.

Sabemos que el SNT necesitaba no solo la legitimación exterior, sino también las divisas, por lo que al objetivo propagandístico se le unía el económico.

**Tabla 108. El sistema de valores en *La Ruta de Guerra del Norte* (1)-TO**

Valoraciones representativas	Grupo: bando sublevado	Grupo: bando republicano	Valoraciones representativas
<p>El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano (...)</p> <p>(...) y que pone los relojes nacionales al unísono con los demás de Europa 16)</p> <p>(...) e <b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales (18)</p>		<p>(que la República había suprimido) (16)</p> <p>Figuran entre ellas las que reproducen <b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos (...) (18)</p>	
<p>una epopeya inverosímil (1)</p> <p>EL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO organiza excursiones que, acompañadas por Guías competentes, se harán en autocars de lujo y hospedándose en hoteles de 1º. clase. (11)</p> <p>Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa (15)</p> <p>[Francia exhibe] con legítimo orgullo (15)</p> <p>Temporalmente, el recorrido de las rutas habrá de hacerse mediante las excursiones colectivas, acompañadas por Guías competentes, organizadas por el SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (del Ministerio del Interior español). (15)</p> <p>Autocars del modelo más reciente, y de perfecto confort, adquiridos exprofeso para estas excursiones, conducirán a través de cada Ruta a los turistas, tomándolos en la frontera de Irun y volviendo a dejarlos en la misma frontera. El alojamiento se hará en hoteles de primer orden provistos de las refinadas exigencias del confort moderno. (16)</p> <p>[Asturias] su paisaje bravío [los asturianos] (21)</p> <p>las escenas de epopeya [de los soldados] (21)</p> <p>heroísmo [de las tropas nacionales] (21)</p> <p>Oviedo (...) la ciudad invicta y heroica, con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España (22)</p>			
<b>Valores</b>		<b>Valores</b>	
<p>habilidad</p> <p>fortaleza, heroísmo</p> <p>honradez y ética</p>		<p>ausencia de habilidad</p> <p>debilidad, torpeza</p> <p>falta de honradez y de ética</p>	





## **9 ESTUDIO DE CASO: EL FOLLETO TURÍSTICO *LA RUTA DE GUERRA DEL NORTE (1BIS)***

La Biblioteca Nacional de España custodia también el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*<sup>248</sup> publicado por el Servicio Nacional del Turismo en 1938. Este ejemplar forma parte del material promocional que el SNT publicó sobre el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra* y que forma parte del catálogo y del corpus (v. Anexo III y Anexo IV de los epígrafes 13.3 y 13.4 de esta tesis doctoral).

A continuación, desarrollamos un micro y macroanálisis comparativo de los dos folletos turísticos sobre *Las Rutas Nacionales de Guerra* en español: *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*<sup>249</sup>; ambos ejemplares presentan grandes similitudes, pero también algunas diferencias destacables. Como ya hemos apuntado anteriormente, desconocemos si existe una traducción de este ejemplar, en cualquier caso, no se ha localizado.

### **9.1 Análisis macrotextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)***

El folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)* mantiene la misma *estructura prototípica* (Calvi 2011) que *La Ruta de Guerra del Norte (1)*, como mostramos en la Ilustración 74 y la Ilustración 75. Los dos folletos turísticos son visualmente muy parecidos.

---

<sup>248</sup> El folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)* se encuentra en la Biblioteca Nacional de España (BNE) de Madrid (España), MV/1/1356.

<sup>249</sup> Para más información sobre la contextualización de este estudio de caso, remitimos al apartado 8.1.



Ilustración 74. Cara A de *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*



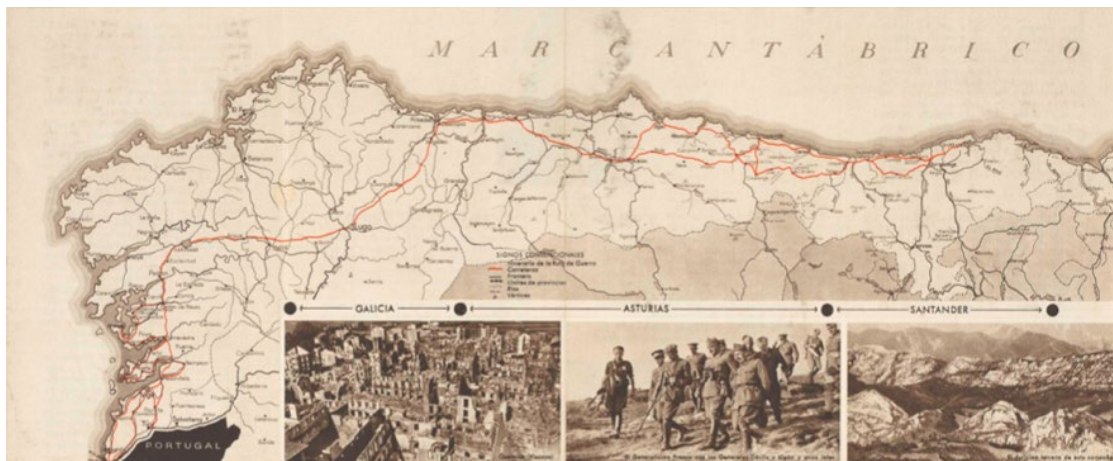
Ilustración 75. Cara B de *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*

Las principales diferencias encontradas entre ambos se recogen a continuación.

El ejemplar *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* se centra en promocionar la Ruta nº.1bis: El Norte (Tuy-Santander) (v. Ilustración 76), para la que concreta el punto de recogida de los turistas que deseen visitarla, Valença do Minho (Portugal) (pág. 15). Por este motivo, en la cara A, se modifica el mapa que incluía *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* (v. Ilustración 77) y se incluyen otras imágenes, que tienen que ver con el itinerario de la Ruta nº.1bis como son la fachada de la Catedral de Santiago de Compostela, la Ría de Vigo, la Ría de Arosa, etc.



Ilustración 76. Portada de *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*



**Ilustración 77. Mapa de la Ruta nº.1bis: El Norte (Tuy-Santander) en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO***

Además, en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* se adelanta la oración que aclara que la Guerra Civil en el Norte ya ha finalizado (octubre de 1937) y se incluyen los Escudos (portugueses) como divisa con equivalencia, cuestiones que explicamos más adelante en el análisis microtextual.

El folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* se centra en describir “tres notas singulares”: la desembocadura del río Miño, las Rías Bajas y Santiago de Compostela. A las dos primeras dedica dos párrafos y a Santiago de Compostela, cinco. Son numerosos los elogios a Santiago de Compostela como atracción no solo turística, sino también religiosa. De hecho, para reforzar estos elogios, incluye una cita sobre Santiago de Compostela de Somerset Maugham, un autor inglés de renombre.

Este afán por destacar Santiago de Compostela repercute en que no se trate de igual forma todas las provincias del Norte español, a diferencia de lo que hacía *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*. En *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* se describe de forma puntual Asturias y su capital, Oviedo, y Santander, así como otros lugares turísticos importantes.

## 9.2 Análisis microtextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*

En los siguientes apartados, presentamos los resultados obtenidos del análisis microtextual del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*<sup>250</sup> y su comparativa con *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*.

### 9.2.1 Expresión de la valoración en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*

#### 9.2.1.1 Expresión directa del afecto

El autor (1bis)<sup>251</sup> se expresa con más emoción que el autor (1), tal y como recogemos en la Tabla 109. Además, dos de las cuatro expresiones directas de afecto forman parte de oraciones heteroglósicas (realizaciones 2 y 3).

Llama la atención que los tres últimos casos (realizaciones 2, 3 y 4 de la Tabla 109) están insertos en la cita del Somerset Maugham, escritor inglés de renombre, que el autor (1bis) usa para elogiar Santiago de Compostela. Además, en esta cita se emplea la primera persona del singular, algo novedoso hasta el momento (realización 2).

**Tabla 109. Las realizaciones de la expresión del afecto en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO***<sup>252</sup>

<b>+ felicidad</b>	
1.	la emoción sin par de una de las joyas más ricas de España y el mundo: Santiago de Compostela (18)
<b>+ satisfacción</b>	
2.	No puedo menos de pensar que su arquitecto debió de sentir una punzada en el corazón cuando vió su obra terminada y se dió cuenta de que era magnífica (20)
3.	No es de las cosas bellas que van insinuando su encanto hasta cautivar al observador: se apodera de uno <b>fulminantemente</b> (20)
4.	Mejor que media docena de páginas llenas de esfuerzos descriptivos, podría una fotografía (*) sugerir algo semejante a la peculiar emoción que la maravillosa Catedral suscita" (21)

<sup>250</sup> Remitimos al apartado 4.4.2.1 para una explicación sobre el sistema de transcripción de los textos empleado.

<sup>251</sup> Cuando comparamos ambos folletos turísticos relacionados con *Las Rutas Nacionales de Guerra*, denominamos autor (1) al autor de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y autor (1bis) al autor de *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*.

<sup>252</sup> En este análisis microtextual indicamos en color azul los segmentos diferentes entre ambos folletos turísticos.

### 9.2.1.2 Expresión directa e indirecta del juicio

El autor (1bis) mantiene algunas expresiones directas de juicio pertenecientes a las subcategorías de la estima social (realizaciones 1, 2 y 3 de la Tabla 110) y de la sanción social (realizaciones 8 y 9). Añade tres nuevas realizaciones pertenecientes a la subcategoría juicio>+capacidad (realizaciones 4, 5 y 6), dos de ellas también forman parte de oraciones heteroglósicas (expansión>atribución>reconocimiento) (realizaciones 4 y 5).

**Tabla 110. Las realizaciones de la expresión directa del juicio en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO**

<b>Estima social</b>
<b>+ normalidad</b>
1. la mera curiosidad del turista (15)
<b>+ capacidad</b>
2. Guías competentes (11)
3. Guías competentes (15)
4. Uno de los más eminentes escritores actuales de Inglaterra [W. Somerset Maugham] (20)
5. comentada magistralmente por Mr. Somerset Maugham (21)
6. el ánimo propicio [de los santanderinos] (22)
<b>Sanción social</b>
<b>7. + integridad moral</b>
8. Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa (15)
9. [Francia exhibe] con legítimo orgullo (15)

Además, se han identificado las siguientes valoraciones indirectas de juicio y algunas valoraciones pertenecientes a categorías híbridas. Las realizaciones 11 y 12 de la Tabla 111 combinan las categorías de la apreciación directa (+composición) y el juicio indirecto (+tenacidad). Las realizaciones 6 y 7 combinan la apreciación directa (+composición) con el juicio indirecto (+capacidad). El autor (1bis) continúa valorando de forma indirecta la institución turística del bando sublevado (SNT), como buen organizador de las rutas y último responsable de su buen funcionamiento (realizaciones 1, 2 y 3). En cuanto al párrafo dedicado a Asturias (pág. 21), el autor (1bis) mantiene las tres expresiones indirectas de juicio>+tenacidad (realizaciones 10-14). La realización 12 cambia mínimamente: *Al entrar en Asturias el paisaje acentúa su braveza* [los asturianos] del folleto 1bis frente a [Asturias] *su paisaje bravío* [los asturianos] del folleto 1. El autor (1bis) mantiene todas las combinaciones polarizadas con varias asociaciones propagandísticas (v. apartado 8.3.1.4).

**Tabla 111. Las realizaciones de la expresión indirecta del juicio en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO**

<b>Estima social</b>
----------------------

+ capacidad	
1.	EL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO organiza excursiones que, acompañadas por Guías competentes, se harán en autocars de lujo y hospedándose en hoteles de 1º. clase. (1)
2.	Temporalmente, el recorrido de las rutas habrá de hacerse mediante las excursiones colectivas, acompañadas por Guías competentes, organizadas por el SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO (del Ministerio del Interior español). (15)
3.	Autocars del modelo más reciente, y de perfecto confort, adquiridos exprofeso para estas excursiones, conducirán a través de cada Ruta a los turistas, tomándolos en la frontera (para la Ruta nº. 1bis en Valença do Minho) y volviendo a dejarlos en la misma frontera. El alojamiento se hará en hoteles de primer orden provistos de las refinadas exigencias del confort moderno. (15)
4.	El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano (...) y que pone los relojes nacionales al unísono con los demás de Europa (16)
5.	<b>inmediatamente</b> reconstruidos por las tropas nacionales (16)
6.	obra (...) magnífica [del arquitecto] (20)
7.	otros <b>tres</b> monumentos magníficos —el Hospital Real, el Colegio de San Jerónimo y el Palacio del Consistorio— forman una plaza como no sería fácil componerla de intento [los arquitectos de los monumentos que conforman la plaza] (21)
- capacidad	
8.	(que la República había suprimido) (16)
9.	<b>algunos de los centenares</b> de puentes destruidos por los rojos (16)
+ tenacidad	
10.	una epopeya inverosímil (1)
11.	su heroica grandeza [de la arquitectura de la catedral] la exime de ser fatigosa (20)
12.	Al entrar en Asturias el paisaje acentúa su braveza [los asturianos] (21)
13.	las escenas de epopeya [de los soldados] (21)
14.	heroísmo [de las tropas nacionales] (21)

### 9.2.1.3 Expresión directa de la apreciación

La mayor parte de la carga actitudinal que expresa *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* también pertenece a la categoría de la apreciación (50 casos): +reacción (5 casos), +composición (26 casos) y +valor social (19 casos) (v. Tabla 112).

A diferencia del autor (1), el autor (1bis) sí emplea ciertos valores pertenecientes a la subcategoría de la composición (v. realizaciones 14 y 17 Tabla 112) que podrían considerarse de signo negativo. Estos adjetivos valoradores aparecen seguidos o antepuestos a un elemento valorativo positivo. Por este motivo, no consideramos que sean ejemplos valoraciones de composición de signo negativo, sino que el autor (1bis) usa la negación para destacar.

La mayor parte de las expresiones de apreciación hacen referencia a las Rías Bajas y a las bellezas naturales y arquitectónicas de Santiago de Compostela.

**Tabla 112. Las realizaciones de la expresión directa de la apreciación en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO***



<b>+ reacción</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>uno</b> de los parajes sin duda alguna <b>más</b> deliciosos del planeta (18)</li> <li>2. [una plaza de] mejor belleza (21)</li> <li>3. el conjunto sorprendente de <b>tantas</b> bellezas artísticas aglutinadas (21)</li> <li>4. Su clima suave (22)</li> <li>5. playas de llenas <b>de encanto</b> (22)</li> </ol>
<b>+ composición</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>6. autocars de lujo (11)</li> <li>7. hoteles de 1º. Clase (11)</li> <li>8. las huellas, <b>aún ardientes</b> (1)</li> <li>9. hoteles de primer orden (15)</li> <li>10. [hoteles] provistos de las refinadas exigencias del confort moderno (16)</li> <li>11. <b>lo indescriptible</b> (18)</li> <li>12. los finos celajes de plata de sus atardeceres (18)</li> <li>13. sus campos de ensueño (18)</li> <li>14. Como ciudad histórica de rancio color (ninguna otra de Europa merece más que Santiago una visita) (19)</li> <li>15. la fachada es de las cosas <b>más</b> dignas de verse en el mundo (20)</li> <li>16. La arquitectura es exuberante (20)</li> <li>17. su heroica grandeza [de la arquitectura de la catedral] la exime de ser fatigosa (20)</li> <li>18. el perfecto equilibrio de su decoración (20)</li> <li>19. una severidad mas clásica (20)</li> <li>20. obra (...) magnífica [del arquitecto] (20)</li> <li>21. la maravillosa Catedral (21)</li> <li>22. otros <b>tres</b> monumentos magníficos —el Hospital Real, el Colegio de San Jerónimo y el Palacio del Consistorio— forman una plaza como no sería fácil componerla de intento [los arquitectos de los monumentos que conforman la plaza] (21)</li> <li>23. otros edificios monumentales (21)</li> <li>24. Al entrar en Asturias el paisaje acentúa su braveza [los asturianos] (21)</li> <li>25. <b>infinitos</b> matices de verde (21)</li> <li>26. [un terreno que] desparrama sus encantos, en incesante variedad (21)</li> <li>27. <b>playas excelentes</b> (22)</li> <li>28. (Santander es la) Naturaleza ópima (22)</li> <li>29. un dulce tapiz de cesp�ed siempre recién nacido (22)</li> <li>30. En Santander, <b>capital</b>, playa elegante (22)</li> <li>31. donde los deportes (...) tienen un marco sin par (22)</li> </ol>
<b>+ valor social</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>32. el homenaje (que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos) (15)</li> <li>33. [los campos de batalla han sido] elemento esencial en los combates (15)</li> <li>34. Autocars <b>del</b> modelo <b>más</b> reciente (15)</li> <li>35. [Autocars] de perfecto confort (15)</li> <li>36. <b>los</b> aspectos <b>más</b> salientes del itinerario (17)</li> <li>37. <b>tres</b> notas singulares (17)</li> <li>38. Las Rías bajas (Arosa, Pontevedra, Vigo) concentran en su fama bien merecida <b>todo</b> el prestigio de Galicia (18)</li> <li>39. (la emoción sin par) de una de las joyas más ricas de España y el mundo: Santiago de Compostela (18)</li> <li>40. <b>está formada por</b> monumentos, a menudo de primer orden (19)</li> <li>41. [Ávila, Segovia y Toledo] <b>esos prodigiosos testigos</b> de la Historia de España (19)</li> </ol>

42. la Catedral, meta durante **tantas** **centurias** de **innumerables** peregrinos (20)
43. una adquisición definitiva (21)
44. **el** monumento **más** interesante es la ciudad misma (21)
45. [Oviedo] con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España. (22)
46. lugares turísticos de primera importancia (22)
47. **el famoso** Valle de Covadonga (22)
48. riqueza ganadera (20)
49. las famosas cuevas prehistóricas de Altamira (22)
50. (las famosas cuevas prehistóricas de Altamira) —las **más** notables pinturas rupestres del mundo— (22)

#### 9.2.1.4 Expresión de la graduación de la actitud

El autor (1bis) presenta las actitudes de forma más graduada que el autor (1). De hecho, la mayor parte de la expresión de la graduación se localiza en los segmentos diferentes entre los dos folletos turísticos (v. segmentos marcados en color azul en la Tabla 113 y en la Tabla 114).

El autor (1bis) utiliza más ejemplos fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados (v. Tabla 113). Sin embargo, la técnica de graduación más empleada por el autor (1bis) es la intensificación por repetición de elementos (v. Tabla 114). Emplea un total de veintiún sintagmas intensificados por repetición de elementos, seis de ellos, a su vez, graduados. Esto supone el doble de los sintagmas localizados en *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*. Además, no todos los elementos están unidos por la conjunción coordinante copulativa “y”. Por último, utiliza tripletes (v. Tabla 114).

**Tabla 113. La expresión de graduación en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*: fuerza intensificada mediante superlativos y lexemas aislados**

Superlativos	
1.	Autocars <b>del</b> modelo <b>más</b> reciente (15)
2.	<b>los</b> aspectos <b>más</b> salientes del itinerario (17)
3.	<b>Uno de los más</b> eminentes escritores actuales de Inglaterra [W. Somerset Maugham] (20)
4.	<b>uno</b> de los parajes sin duda alguna <b>más</b> deliciosos del planeta (18)
5.	[Las Rías bajas] elogio <b>más</b> ferviente y mejor fundado (18)
6.	la fachada es de las cosas <b>más</b> dignas de verse en el mundo (20)
7.	<b>el</b> monumento <b>más</b> interesante es la ciudad misma (21)
8.	(las famosas cuevas prehistóricas de Altamira) —las <b>más</b> notables pinturas rupestres del mundo— (22)
Lexemas aislados	
9.	una armonía emocional y estética <b>no tan</b> perfecta ni aun en Avila, Segovia o Toledo (19)
10.	el esplendor de aquellas torres, ni la placentera emoción de <b>tan</b> opulenta simetría (21)
11.	el ambiente total en armonía perfecta <b>tan</b> feliz, <b>tan</b> como predestinada (21)
12.	Un terreno <b>aun más</b> movido y montañoso (21)



**Tabla 114. La expresión de graduación en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO: fuerza intensificada por repetición de elementos**

	Elemento 1	Elemento 2	Tipo de valoración	
Dobletes con la conjunción coordinante copulativa “y”				
las grandes hazañas y los magníficos ejemplos (15)	+ ten (juicio)	+ ten (juicio)	homogénea	
[Galicia] una pura y constante maravilla de la Naturaleza (17)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea	
mezcla divina de tierra y mar: la desembocadura del Río Miño (17)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea	
[Las Rías bajas] elogio más ferviente y mejor fundado (18)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea	
En el marco del paisaje gallego, dulce y pintoresco sin cesar (18)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea	
se engarzan pueblos y ciudades, en que flota la tradición y rebosa el atractivo (18)	+ val (apreciación)	+ reac (apreciación)	mixta	
una armonía emocional y estética no tan perfecta ni aun en Avila, Segovia o Toledo (19)	+ reac (apreciación)	+ reac (apreciación)	homogénea	
palabras bellas y exactas (20)	+ reac (apreciación)	+ val (apreciación)	mixta	
Grandes bloques de piedra (...), pulidos y gastados por los pasos de las generaciones (20)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea	
nubes plomizas y siniestras (20)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea	
Un terreno aun más movido y montañoso (21)	+ com (apreciación)	+ com (apreciación)	homogénea	
infinitos matices de verde son recreo para la vista y reposo para el espíritu (21)	+ reac (apreciación)	+ reac (apreciación)	homogénea	
Oviedo (...) la ciudad invicta y heroica (22)	+ ten (juicio)	+ ten (juicio)	homogénea	
Covadonga, el famoso valle de especial y vibrante significación en la Historia de España (22)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea	
Santillana del Mar, relicario y muestra eminente de las riquezas del Arte románico que el Norte español acumula (22)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea	
Dobletes sin la conjunción coordinante copulativa “y”				
un panorama de incomparable hermosura (18)	+ val (apreciación)	+ com (apreciación)	mixta	
[la fachada de la catedral] es maravillosamente impresionante (20)	+ val (apreciación)	+ com (apreciación)	mixta	
los inapreciables privilegios espirituales (21)	+ val (apreciación)	+ val (apreciación)	homogénea	
	Elemento 1	Elemento 2	Elemento 3	Tipo de valoración
Tripletes				
Santiago conserva íntegro su sabor añejo, su unidad casi perfecta, casi sin contrastes anacrónicos (19)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	+com (apreciación)	homogénea
el esplendor de aquellas torres, ni la placentera emoción de tan opulenta simetría (21)	+com (apreciación)	+fel (afecto)	+com (apreciación)	mixta
el ambiente total en armonía perfecta tan feliz, tan como predestinada (21)	+com (apreciación)	+fel (afecto)	+val (apreciación)	mixta

### 9.2.1.5 Lenguaje figurado: afecto y juicio personificados y repeticiones

El autor (1bis) emplea ejemplos de lenguaje figurado que están cargados de simbolismo (v. Tabla 115).

Las personificaciones del afecto hacen referencia a lo que siente el turista al visitar esos lugares (v. realizaciones 1-4 Tabla 115). La pista nos la ofrece la expresión directa de afecto (+satisfacción) identificada dentro de una heteroglosia: *No es de las cosas bellas que van insinuando su encanto hasta cautivar al observador: se apodera de uno fulminantemente* (pág. 20). A partir de ahí, concluimos que las siguientes valoraciones de afecto identificadas hacen referencia a la “peculiar emoción” (+satisfacción/heteroglosia, realización 2) y a la “emoción sin par” (+felicidad, realización 3) que siente el viajero al ver la Catedral de Santiago de Compostela en una fotografía o al visitar la ciudad. Además, dos tripletes contienen heteroglosias y expresiones de afecto personificado (afecto>+felicidad/heteroglosia) (realizaciones 3 y 4).

En cuanto a la expresión del juicio personificado, el autor (1bis) mantiene la prosodia del párrafo sobre Asturias (pág. 21): expresiones indirectas de juicio>+tenacidad que tienen que ver con la valentía de los asturianos y la heroicidad de los soldados y de las tropas *nacionales*. Una de ellas es una personificación (realización 5). Siguiendo esta tendencia, el autor (1bis) mantiene el doblete que contiene expresiones de juicio personificadas (juicio directo>+tenacidad) de la realización 6 de la Tabla 115.

El autor (1bis) emplea un recurso novedoso e interesante: la repetición al servicio de la intensificación. En la pág. 19 incluye una oración con tres repeticiones: *calles/calles, casas/casas y casi/casi* (realización 8 Tabla 115). Asimismo, en la pág. 21 incluye la repetición del lexema aislado de graduación *tan* en el triplete añadido (realización 4 Tabla 115), que, como explicamos más arriba, es también una expresión de afecto personificado y forma parte de una heteroglosia.

**Tabla 115. Ejemplos significativos de lenguaje figurado en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO**

N.º	Realizaciones
1	Mejor que media docena de páginas llenas de esfuerzos descriptivos, podría una fotografía (*) sugerir algo semejante a la peculiar emoción que la maravillosa Catedral suscita” (21)
2	la emoción sin par de una de las joyas más ricas de España y el mundo: Santiago de Compostela (18)
3	el esplendor de aquellas torres, ni la placentera emoción de tan opulenta simetría (21)
4	el ambiente total en armonía perfecta tan feliz, tan como predestinada (21)
5	Al entrar en Asturias el paisaje acentúa su braveza [los asturianos] (21)
6	Oviedo (...) la ciudad invicta y heroica (22)

7	Santander es la Naturaleza ópima en que se derrama y se esparce el ánimo propicio [de los santanderinos] (22)
8	Pero aun las calles que no son más que calles, con casas simplemente casas, guardan con el tono general de la ciudad una armonía emocional y estética acaso no tan perfecta ni aun en Avila, Segovia o Toledo; porque, como ninguno de esos prodigiosos testigos de la Historia de España, Santiago conserva íntegro su sabor añejo, su unidad casi perfecta, casi sin contrastes anacrónicos. (19)

#### 9.2.1.6 Asociaciones

El autor de *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* mantiene las asociaciones empleadas en *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*, excepto la del *Cinturón de hierro* por no transcurrir el itinerario por esa zona, y emplea otras diferentes, que recogemos aquí:

- *[l]a arquitectura es exuberante, pero su heroica grandeza la exime de ser fatigosa, y el perfecto equilibrio de su decoración consigue una severidad mas clásica. Es como una pincelada de púrpura en el Homero de Chapman* (pág. 20): George Chapman (1559-1634) fue un poeta, dramaturgo y traductor inglés. Realizó la primera traducción completa al inglés de las obras de Homero. Su estilo era barroco, usaba metáforas complicadas y frases muy extensas. Por tanto, se trata de una figura de renombre que el autor (1bis) emplea para aportar autoridad al texto;
- *W. Somerset Maugham* (págs. 20 y 21): el autor (1bis), con el objetivo de reforzar su posición, se apoya en dos ocasiones (págs. 20 y 21) en la voz externa del experto en la materia William Somerset Maugham (1874-1965), escritor británico, autor de novelas, ensayos, cuentos y obras de teatro. Durante los años treinta fue considerado el escritor más popular y mejor pagado del mundo. A lo largo de 60 años, escribió más de 100 relatos y 21 novelas, además de gran número de piezas teatrales, biografías, libros de viajes y ensayos. Se trata de una voz muy legitimada;
- *[e]l interés de la visita a Santiago se acentúa actualmente por haber S. S. el Papa prorrogado hasta el fin de 1938 el Año Santo y los inapreciables privilegios espirituales a que pueden aspirar los fieles que durante ese periodo visiten la Catedral Compostelana* (pág. 21): se denomina Año Santo Jubilar Compostelano o Año Santo Jacobeo aquel año en que el 25 de julio (festividad de Santiago Apóstol) cae en domingo. El Año Santo tuvo lugar en 1937, en plena Guerra Civil, y se decidió extender de forma extraordinaria a 1938. Esta asociación es de gran importancia, ya que muestra que el folleto apela no solo al turista normal y corriente, sino también al turista religioso, al turista como

peregrino, como fiel. De hecho, se apela directamente a él en varias ocasiones, como presentamos en el apartado 9.2.2.

#### 9.2.1.7 Expresión del compromiso y relaciones de alineación escritor-lector

El folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* consta de 62 oraciones. Esto supone 17 oraciones más que *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*. Dos oraciones contienen dos heteroglosias, lo que hace un total de veinte heteroglosias en dieciocho oraciones heteroglósicas, como mostramos en la Tabla 116.

Analizando más en detalle las heteroglosias, se han identificado veinte heteroglosias: quince contracciones (negación, contradicción, contradicción-concesión, afirmación y pronunciamiento) y cinco expansiones (consideración, reconocimiento y distancia), es decir, el autor (1bis) no cierra tanto el espacio dialogístico como el autor (1), pero tampoco da opción al diálogo. Establece solidaridad con el lector, del que espera que comparta, una vez más, sus mismos valores y que no se oponga a su visión de la realidad (*lectores complacientes*). Y por si hubiera alguna duda de que los valores que transmite no son los correctos, incluye una voz externa muy legitimada, que es experta en la materia y que apoya sus valores. Esto resulta, sin duda, el aspecto más peculiar en este ejemplar.

Mediante la inclusión de la cita de Somerset Maugham (2 párrafos en las págs. 20 y 21) el autor (1bis) expande el espacio dialogístico (heteroglosias 19 y 20 de la Tabla 116). Además, introduce la cita que elogia la habilidad de Somerset Maugham:

Uno de los más eminentes escritores actuales de Inglaterra ha dicho sobre Santiago de Compostela, en un libro reciente, palabras bellas y exactas: “Grandes bloques de piedra —dice W. Somerset Maugham—, pulidos y gastados por los pasos de las generaciones, pavimento las estrechas calles de Santiago de Compostela. Suben, bajan, se retuercen y pretenden conducir aquí o allá. Pero, al fin y al cabo, todas llevan a la Catedral, meta durante tantas centurias de innumerables peregrinos. Y no en vano: que la fachada es de las cosas más dignas de verse en el mundo. Es de piedra gris; pero amarillea de trecho en trecho donde crece el liquen, o verdea donde audaces arbustillos se han podido agarrar. Cuando emerge ante nubes plomizas y siniestras (llueve mucho en Santiago), es maravillosamente impresionante; pero cuando luce el sol y el cielo esta azul, la Catedral tiene color de miel. La arquitectura es exuberante, pero su heroica grandeza la exime de ser fatigosa, y el perfecto equilibrio de su decoración consigue una severidad mas clásica. Es como una pincelada de púrpura en el Homero de Chapman. No puedo menos de pensar que su arquitecto debió de sentir una punzada en el corazón cuando vió su obra terminada y se dió cuenta de que era magnífica. No es de las cosas bellas que van insinuando su encanto hasta cautivar al observador: se apodera de uno fulminantemente. (*La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*, pág. 20)

Perdura en el alma como una adquisición definitiva que nos enriquece cada vez que se recuerda. No saben las palabras reproducir el esplendor de aquellas torres, ni la placentera emoción de tan opulenta simetría. Mejor que media docena de páginas llenas de esfuerzos descriptivos, podría una fotografía (\*) sugerir algo semejante a la peculiar emoción que la maravillosa Catedral suscita". (*La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO, pág. 21)

Y sigue después alabando la pericia del escritor inglés:

Con la fachada del Obradoiro —que es la así comentada magistralmente por Mr. Somerset Maugham— otros tres monumentos magníficos —el Hospital Real, el Colegio de San Jerónimo y el Palacio del Consistorio— forman una plaza como no sería fácil componerla de intento y obtener mejor belleza. Abundan en Santiago otros edificios monumentales. Pero en Santiago el monumento más interesante es la ciudad misma; el conjunto sorprendente de tantas bellezas artísticas aglutinadas por el ambiente total en armonía perfecta tan feliz, tan como predestinada, que hasta el paisaje natural y el clima son en Santiago elementos decorativos. (*La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO, pág. 21)

El autor (1bis) emplea esta cita entrecomillada para disociarse de la voz externa experta en la materia. Por esta razón, consideramos que se trata de un reconocimiento (expansión) y no un refuerzo (contracción), ya que el autor no adquiere responsabilidad en estas proposiciones, no "interviene". Por el contexto sabemos que el autor (1bis), aunque se disocie de la voz externa, sí comparte sus mismos valores, es decir, los valores de la voz externa están en consonancia con los de la posición de la voz autorial (1bis). Esta heteroglosia es expansiva en cuanto que deja entrar en su discurso a una voz externa con la que está alineada categóricamente, por lo que no queda mucho lugar para el diálogo con otras voces que no compartan sus mismos valores. El lector se ve abrumado por la cantidad e intensidad de valoraciones y no le queda más remedio que estar de acuerdo con la posición valorada. Hay una prosodia incluso más saturada que en *La Ruta de Guerra del Norte (1)*-TO, lo que podría indicar que una posición disidente del lector conllevaría riesgo.

Dentro de la cita de Somerset Maugham se han identificado, además, tres rechazos (heteroglosias 5, 6 y 8), un pronunciamento (heteroglosia 16) y una consideración (heteroglosia 18). Asimismo, tres de estas oraciones contienen ejemplos de afecto, que hemos explicado en el apartado 9.2.1.1. Somerset Maugham emplea el verbo conjugado en primera persona del singular para expresar afecto (realización 2 de la Tabla 109), algo novedoso hasta ahora.

**Tabla 116. La expresión del compromiso en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO<sup>253</sup>**

mon.	1. Galicia, primera región del itinerario que parte de Portugal, es una pura y constante maravilla de la Naturaleza en la que destacan tres notas singulares; (17)			
heteroglosia	contracción	rechazo	<b>negación</b> 2. La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que <b>no</b> han sido <b>sólo</b> marco, sino elemento esencial en los combates cuyo eco ha recorrido el mundo. (15)  3. Y entre esos pueblos, de que <b>no</b> se pueden citar ejemplos por que habría que enumerarlos todos, se levanta la emoción sin par de una de las joyas más ricas de España y el mundo: Santiago de Compostela. (18)  4. <b>Pero</b> aun las calles que <b>no</b> son más que calles, con casas simplemente casas, guardan con el tono general de la ciudad una armonía emocional y estética acaso no tan perfecta ni aun en Avila, Segovia o Toledo; porque, como <b>ninguno</b> de esos prodigiosos testigos de la Historia de España, Santiago conserva íntegro su sabor añejo, su unidad casi perfecta, casi sin contrastes anacrónicos. (19)  5. <b>No</b> es de las cosas bellas que van insinuando su encanto hasta cautivar al observador: se apodera de uno fulminantemente. (20) (Cita de Somerset Maugham)  6. <b>No</b> saben las palabras reproducir el esplendor de aquellas torres, ni la placentera emoción de tan opulenta simetría. (21) (Cita de S. M.)	
			<b>contradicción</b> 7. El precio de la excursión, en el cual están comprendidos transporte, alojamiento, comidas —salvo extras—, y toda clase de gastos, <b>incluso</b> propinas, es de £ 8.- (ocho libras esterlinas) o su equivalencia al cambio del día en Escudos, Liras, Marcos, Francos, Dólares, Florines o Francos Suizos. (16)  8. La arquitectura es exuberante, <b>pero</b> su heroica grandeza la exime de ser fatigosa, y el perfecto equilibrio de su decoración consigue una severidad mas clásica. (20) (Cita de S. M.)  9. <b>Pero</b> en Santiago el monumento más interesante es la ciudad misma (21)	<b>contradicción-concesión</b>  10. El Gobierno Nacional ha establecido la hora de verano (que la República había suprimido) y que pone los relojes nacionales al unísono con los demás de Europa. (16)

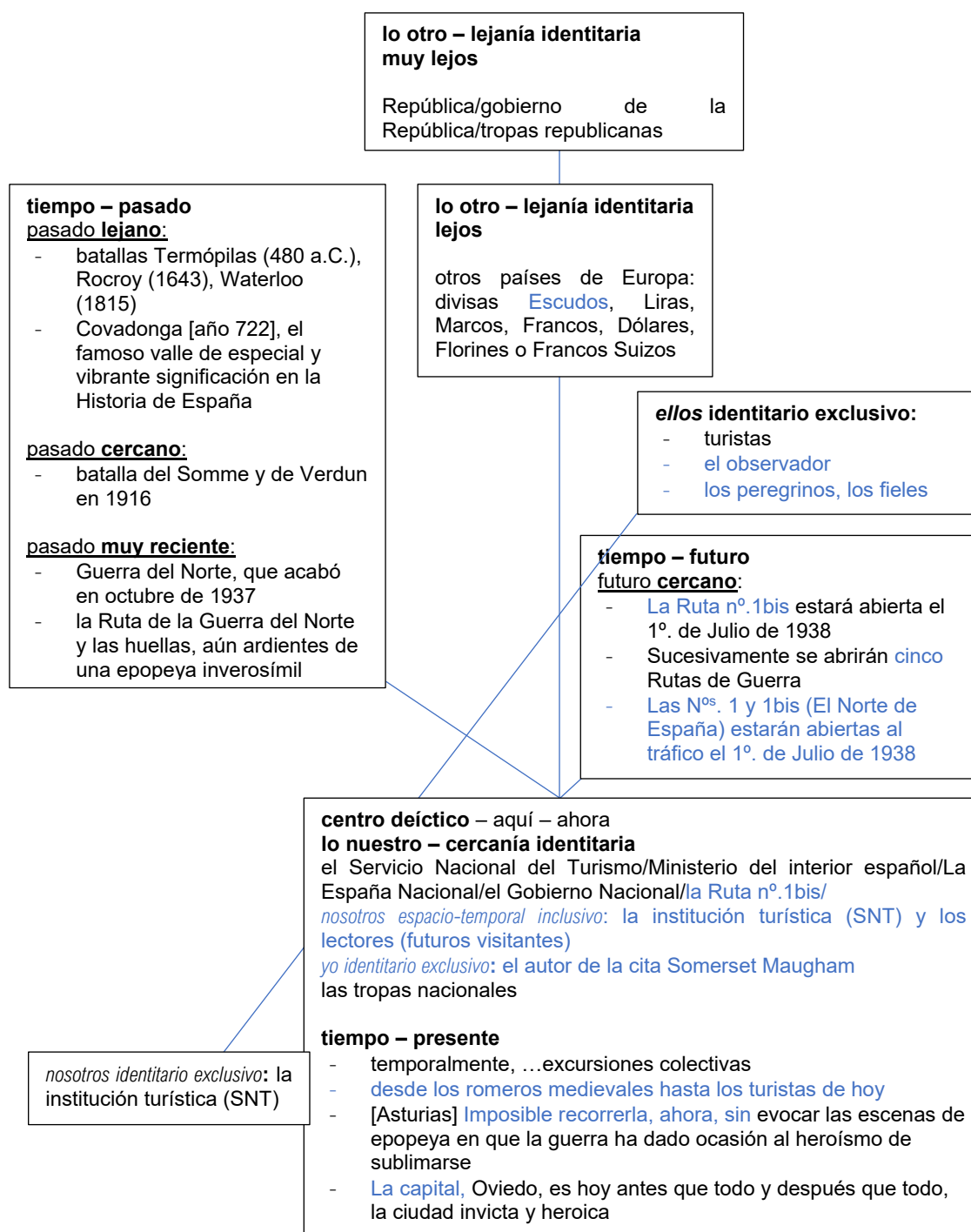
<sup>253</sup> Elaboración propia a partir de Martin y White (2005), Kaplan (2004) y Guerra Lyons y Herrera Bonilla (2017).

		declaración	<p><b>acuerdo / afirmación</b></p> <p>12. La España Nacional realiza, por primera vez, la iniciativa de haber organizado, en plena guerra, la visita a los campos de batalla que no han sido sólo marco, <b>sino</b> elemento esencial en los combates <b>cuyo eco ha recorrido el mundo</b>. (15)</p> <p>13. <i>La capital</i>, Oviedo, <b>es hoy antes que todo y después que todo</b>, la ciudad invicta y heroica, con puesto propio entre los lugares sagrados de la guerra gloriosa por la salvación de España. (22)</p>	11. Figuran entre ellas los que reproducen algunos de los centenares de puentes destruidos por los rojos e inmediatamente reconstruidos por las tropas nacionales. (16)
			<p><b>pronunciamiento</b></p> <p>14. El Miño termina su carrera suavemente en uno de los parajes <b>sin duda alguna</b> más deliciosos del planeta. (18)</p> <p>15. Como ciudad histórica de rancio color, <b>ninguna otra de Europa merece más que Santiago una visita</b>. (19)</p> <p>16. Y no en vano: que la fachada es <b>de las cosas más dignas de verse en el mundo</b>. (20) <b>(Cita de S. M.)</b></p>	
	expansión	consideración	<p>17. Y entre esos pueblos, de que no se pueden citar ejemplos por que <b>habría</b> que enumerarlos todos, se levanta la emoción sin par de una de las joyas más ricas de España y el mundo: Santiago de Compostela. (18)</p> <p>18. Mejor que media docena de páginas llenas de esfuerzos descriptivos, podría una fotografía (*) sugerir algo semejante a la peculiar emoción que la maravillosa Catedral suscita". (21) <b>(Cita de S. M.)</b></p>	
		atribución	<p><b>reconocimiento</b></p> <p>19. Uno de los más eminentes escritores actuales de Inglaterra <b>ha dicho sobre</b> Santiago de Compostela, en un libro reciente, palabras bellas y exactas: "Grandes bloques de piedra —<b>dice W. Somerset Maugham</b>—, pulidos y gastados por los pasos de las generaciones, pavimento las estrechas calles de Santiago de Compostela. (...) (20)</p> <p>20. Con la fachada del Obradoiro —que es la así <b>comentada</b> magistralmente <b>por Mr. Somerset Maugham</b>— otros tres monumentos magníficos —el Hospital Real, el Colegio de San Jerónimo y el Palacio del Consistorio— forman una plaza como no sería fácil componerla de intento y obtener mejor belleza. (21)</p>	
			<p><b>distancia</b></p> <p>21. [Asturias] (...) infinitos matices de verde son recreo para la vista y reposo para el espíritu, desparrama sus encantos, en incesante variedad, de punta a punta <b>de la región que se ha llamado</b> "la Suiza española". (21)</p>	

## 9.2.2 Posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*

En la Figura 25 analizamos los marcadores temporales, espaciales e identitarios del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*.

**Figura 25. La posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*<sup>254</sup>**



<sup>254</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012: 68) que, a su vez, se basa en Chilton (2004: 58).



Al igual que sucedía en la figura sobre la posición deíctica del folleto turístico sobre la Ruta nº.1 (v. Figura 23), los indicadores temporales son los más variados y abundantes. El marcador de tiempo futuro se realiza de tres formas. Resulta significativo cómo el autor (1bis) incluye a Portugal dentro de los otros países de Europa al mencionar el cambio a *Escudos* portugueses. Esta decisión tiene lógica, ya que la Ruta nº.1bis comenzaba en Tuy (frontera con Portugal). Gracias a nuestras investigaciones en el AGA, podemos afirmar que este folleto hacía referencia al itinerario “P” de la Ruta de Guerra del Norte (v. Anexo II del epígrafe 13.2 de esta tesis doctoral). Asimismo, el autor (1bis) incluye el marcador temporal de tiempo muy reciente *Guerra del Norte, que acabó en octubre de 1937* antes de lo que lo hacía el autor (1). A nuestro juicio, esta elección podría responder una vez más al interés por dejar claro que la guerra ya había terminado en esa zona y hacer así que los lectores perdieran el miedo a visitarla.

El autor (1bis) mantiene las apelaciones directas en modo imperativo al lector, tanto en la portada como en la contraportada del folleto.

Se han identificado más indicadores de posición deíctica que en *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*. La variedad es mayor y el matiz de algunas categorías cambia.

El autor (1bis) emplea el verbo conjugado en la primera persona del plural (v. realización 1 de la Tabla 117) que podría incluirse dentro de la categoría *nosotros espacio-temporal inclusivo* al establecer cierta solidaridad con el lector. Además, como hemos explicado anteriormente, incluye la cita de Somerset Maugham en la que el escritor inglés utiliza el verbo en primera persona del singular (*yo identitario exclusivo*, v. realización 4 de la Tabla 117) como una forma de pensamiento y de vinculación con el arquitecto a través de los sentimientos y de la emoción que le produce contemplar la Catedral de Santiago de Compostela.

Sin duda, la categoría que contiene más realizaciones (hasta siete) es *ellos identitario exclusivo* (v. realizaciones 5-11 de la de la Tabla 117). Llama especialmente la atención la concreción que hace en cuanto al turista del momento (*los turistas de hoy*) y otro tipo de visitantes: *el observador*, *los peregrinos* y *los fieles*. En este punto nos detendremos en el siguiente apartado.

**Tabla 117. Los indicadores de posición deíctica en *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO<sup>255</sup>**

Tipos de categorías deícticas	Grupo de referencia	N.º	Realizaciones en el TO
<i>nosotros espacio-temporal inclusivo</i>	la institución turística (SNT) y los lectores (futuros turistas)	<b>1</b>	<i>Perdura en el alma como una adquisición definitiva que <b>nos</b> enriquece cada vez que se recuerda. (20) (Cita de Somerset Maugham)</i>
<i>nosotros identitario exclusivo</i>	la institución turística (SNT)	<b>3</b>	A continuación <b>damos</b> una breve impresión acerca de los aspectos más salientes del itinerario que dicha Ruta nº.1bis recorre. (17)
<i>yo identitario exclusivo</i>	el autor de la cita	<b>4</b>	<i>No <b>puedo</b> menos de pensar que su arquitecto debió de sentir una punzada en el corazón cuando vió su obra terminada y se dió cuenta de que era magnífica. (20) (Cita de Somerset Maugham)</i>
<i>ellos identitario exclusivo</i>	el futuro turista	<b>5</b>	Los campos de batalla son, tradicionalmente, lugares de peregrinación piadosa, donde la mera curiosidad del <b>turista</b> se eleva—y se muda en el homenaje que reclaman las grandes hazañas y los magníficos ejemplos. (...) (15)
		<b>6</b>	Autocars del modelo más reciente, y de perfecto confort, adquiridos exprofeso para estas excursiones, conducirán a través de cada Ruta a los <b>turistas</b> , tomándolos en la frontera ( <i>para la Ruta nº. 1bis en Valença do Minho</i> ) y volviendo a dejarlos en la misma frontera. El alojamiento se hará en hoteles de primer orden provistos de las refinadas exigencias del confort moderno. (15)
		<b>7</b>	(Una de las fotografías <i>que se publican en esta Hoja reproduce</i> el <i>Hotel Real</i> de Santander, que <i>figura entre los que habrán de utilizar los turistas que visiten</i> la Ruta de la Guerra del Norte, <i>que acabó en Octubre de 1937.</i> ) (16)
		<b>8</b>	Las Rías bajas (Arosa, Pontevedra, Vigo) concentran en su fama bien merecida todo el prestigio de Galicia, que, desde los romeros medievales <b>hasta los turistas de hoy</b> , ha recorrido el mundo en brazos del elogio más ferviente y mejor fundado. (18)
		<b>9</b>	Pero, al fin y al cabo, todas llevan a la Catedral, meta durante tantas centurias de innumerables <b>peregrinos</b> . (20)
		<b>10</b>	No es de las cosas bellas que van insinuando su encanto hasta cautivar al <b>observador</b> : se apodera de uno fulminantemente. (20)
		<b>11</b>	El interés de la visita a Santiago se acentúa actualmente por haber S. S. el Papa prorrogado hasta el fin de 1938 el Año Santo y los inapreciables privilegios espirituales a que pueden aspirar <b>los fieles</b> que durante ese periodo visiten la Catedral Compostelana. (21)

<sup>255</sup> Elaboración propia a partir de Munday (2012).

### 9.2.3 Proyección del lector-turista en La Ruta de Guerra del Norte (1bis)

El autor (1bis) proyecta una imagen de un lector meta mucho más multifacética y diversificada que la de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y la de los otros textos turísticos anteriormente analizados. El lector, que es el futuro turista, ya no solo visita los lugares, sino que los observa y peregrina, tal y como muestran las siete realizaciones (5-11 de la Tabla 117).

Además, el autor (1bis) especifica el tipo de turista que espera que visite las rutas: *los turistas (de hoy)*, *el observador*, *los peregrinos* y *los fieles*. Esto resulta novedoso hasta el momento. El autor (1bis) apela también al turista religioso, al fiel, que visita la Catedral de Santiago de Compostela con motivo del Año Santo que se prorrogó hasta 1938. Se trata, por tanto, de un matiz diferente y de un folleto turístico que es producto de su momento y que se dirige a un turista con creencias religiosas.

En cuanto a la posición del lector, teniendo en cuenta lo que sucedía en los textos anteriores, consideramos que el autor (1bis) construye un lector *complaciente*. El autor (1) anticipaba, en cierta medida, la existencia de algunas “resistencias” contra la legitimidad de la sublevación y sus consecuencias, por lo que creaba un lector *complaciente* ideológicamente. En este caso, el autor (1bis) va un paso más allá, y a través de su tono más contractivo y explícito, crea un lector *complaciente* no sólo desde el punto de vista político, sino también religioso.

### 9.2.4 Patrón valorativo en La Ruta de Guerra del Norte (1bis): un viaje “propagandístico y espiritual” por la España Nacional

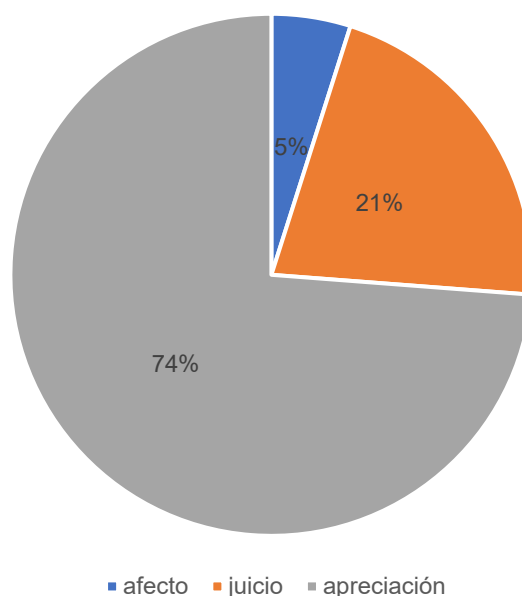
En este folleto, igual que en el anterior, la voz del promotor turístico persigue, por un lado, ensalzar y legitimar al bando sublevado y al posterior Gobierno franquista; por otro, desprestigiar al bando y Gobierno republicanos.

Para expresar ese matiz “propagandístico y espiritual” y reforzar su posición axiológica, la voz:

- expresa de forma **directa** (89%) la mayor parte de la actitud;
- cuando lo hace de forma **indirecta** (11%), la actitud expresada pertenece a la categoría del **juicio**;
- utiliza valoraciones de signo **positivo** (98%) y puntualmente de signo **negativo** (2%);
- se expresa principalmente a través de la **apreciación** (74%) y del **juicio** (21%). El afecto se realiza mínimamente (5%) (v. Figura 26);

- expresa la carga actitudinal de forma muy graduada, principalmente a través de **fuerza intensificada por repetición de elementos** (37% del total de valoraciones);
- emplea **categorías híbridas** en **expresiones indirectas** de actitud, **asociaciones** (**sintagmas combinados polarizados**) y **lenguaje figurado** (afecto personificado, juicio personificado y repeticiones);
- se presenta principalmente de forma **monoglósica** y utiliza algunas **heteroglosias** (*contractivas* y *expansivas*);
- **no** recurre al empleo de muchos **indicadores de posición deíctica** (ninguno inclusivo y cuatro exclusivos), usa el término **turista/s**, el marcador temporal de tiempo **futuro** y apelaciones directas al lector usando **imperativos**.

**Figura 26. El sistema de la actitud en el folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*-TO**



Por último, nos gustaría destacar algunos recursos que han sido seleccionados, intencionadamente, para fundamentar el sistema axiológico de este folleto turístico. La voz del promotor turístico, en este caso, usa formas (*vosotros* y *usted*) hasta ahora solo observables en el estudio de caso anterior e incluye nuevos “receptores” de carácter religioso en la categoría de *ellos identitario exclusivo*. La asociación sobre el Año Santo y las apelaciones a los turistas más religiosos le dan un matiz diferente al folleto: no sólo de promoción turística y propaganda política, sino también de promoción religiosa (peregrinación). Además, a través del uso de más indicadores de posición deíctica, se crea un efecto más directo y de más cercanía con el lector.

Con respecto a *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*, las principales diferencias entre ambos folletos las resumimos en lo que sigue. El autor (1bis):

- se expresa usando menos realizaciones de juicio y más de afecto;
- expresa la carga actitudinal de forma más graduada (el doble de casos), principalmente, a través de fuerza cuantificada mediante lexemas aislados, más fuerza intensificada mediante superlativos (mayor que en la primera) y más fuerza intensificada por repetición de elementos (categoría bastante frecuente);
- emplea más ejemplos de lenguaje figurado (afecto personificado, juicio personificado y repeticiones) y muchas más categorías híbridas, que se localizan en los segmentos diferentes en los dos folletos;
- se expresa de forma menos monoglósica y emplea más del doble de heteroglosias (la voz es más *contractiva*, pero también más *expansiva*) que el autor (1).

### 9.3 Sistema de valores e ideología en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)*

El Servicio Nacional del Turismo publicó este folleto turístico sobre la base de un criterio geográfico y en él presenta el Norte español como escenario de la Guerra Civil española. Sin embargo, se centra en promocionar la Ruta nº.1bis: El Norte (Tuy-Santander) y tres lugares especiales: la desembocadura del río Miño, las Rías Bajas y Santiago de Compostela. Además, aporta información turística práctica. Para valorar las Rutas Nacionales de Guerra y a los dos bandos opuestos en la Guerra Civil española, el SNT se valió también en este ejemplar de elementos verbales y no verbales, como hemos desarrollado anteriormente.

Los resultados más relevantes obtenidos de la contextualización y de los análisis macro y microtextual nos han permitido abstraer el sistema axiológico presente en el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*.

Lógicamente, el autor (1bis) comparte el mismo sistema de valores que el autor (1) de *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* (v. epígrafe 8.4), es decir, la polaridad entre los valores de los dos bandos enfrentados en la Guerra Civil, alabando al bando sublevado y condenando al bando republicano, y el elogio indirecto de la institución turística del bando sublevado (SNT). Además, continúa codificando la ideología del

bando sublevado, que justifica las rutas como elemento de propaganda ideológica y tenía como fin último legitimar el golpe de Estado del bando sublevado al Gobierno legítimo de la República. Como ya hemos señalado en el anterior apartado, en este folleto, la voz del promotor turístico invita al lector-turista a realizar un viaje propagandístico y espiritual por la España Nacional, que utiliza para transmitir un sistema de valores sustentado en dos tipos de valores opuestos.

En *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* se aprecia un cierto golpe de timón con respecto al otro folleto turístico, ya que el SNT se centra en la promoción de Santiago de Compostela y esta ruta como un producto de turismo religioso. Por este motivo, se dirige al lector como futuro turista y como futuro peregrino, como fiel que está interesado en el carácter espiritual de la ruta.



## **10 CONCLUSIONES**

En este último capítulo recuperamos los resultados más significativos de esta tesis doctoral interdisciplinar y presentamos las conclusiones a las que estos nos llevan.

En primer lugar, explicamos las conclusiones sobre la consecución de los objetivos principales y secundarios que hemos planteado al inicio de este trabajo. De forma paralela y partiendo de la base de que no existen diseños de investigación perfectos, reflexionamos sobre las limitaciones y obstáculos que hemos detectado durante el proceso de investigación. Por último, ofrecemos posibles vías de estudio que se abren con este trabajo y podrían abordarse en un futuro.

### **10.1 Consecución de los objetivos**

#### **10.1.1 Conclusiones sobre la metodología de investigación empleada**

Tal y como hemos probado con esta investigación, el trabajo de campo desarrollado en los archivos (HAT y AGA), en la Biblioteca Nacional de España, en el Centro de Documentación Turística de España y la base de datos Gazeta ha sido fundamental por diferentes motivos. Primeramente, nos ha permitido acceder a los materiales textuales de la investigación, es decir, a las publicaciones turísticas objeto de estudio, y al material contextual que fue generado durante los procesos de redacción y traducción de estas.

Además, el trabajo de campo ha resultado ser un método de investigación cualitativo muy enriquecedor también para la propia autora de la tesis doctoral, quien ha puesto a prueba su capacidad crítica para explorar documentos y reflexionar sobre estos y su capacidad de adaptación ante los datos empíricos inesperados que han ido surgiendo en el transcurso del proceso de investigación. Esto demuestra que, efectivamente, esta investigación es de tipo flexible, se ha desarrollado de forma circular y no respondía a un esquema totalmente cerrado de antemano, aunque, naturalmente, sí se fijaron unas pautas iniciales.

Por otro lado, echando la vista atrás, consideramos que el trabajo de campo ha limitado nuestra capacidad de actuación en algunas ocasiones, ya que su desarrollo



depende de factores ajenos al investigador. De hecho, la recopilación de los datos empíricos originales ha sido una de las etapas que más se ha dilatado en el tiempo. En nuestro caso, los materiales de la investigación se encontraban custodiados en diferentes localizaciones, lo que ha dificultado el acceso a los mismos.

En cuanto a las bases empíricas, el catálogo digital fue el punto de partida de esta investigación. Desde el inicio de esta, la sistematización de nuestra labor de recolección y la organización de los materiales recopilados han contribuido al éxito del proceso. Creemos que, de haberlo hecho de otro modo, hubieran fracasado las siguientes fases de la investigación. Además, durante la confección del catálogo fue clave desarrollar en paralelo la fase de búsqueda, localización y lectura de información oficial y material documental disponibles sobre los organismos de publicación y su labor editorial y traductora. Esto nos permitió realizar un análisis del contexto histórico-turístico y un análisis de los datos preliminares y macrotextuales de los textos. Este catálogo constituye una base empírica localizada y única, que puede enriquecer, a su vez, los fondos documentales de diferentes archivos, bibliotecas y centros de documentación.

El catálogo es, sin duda, el primer gran resultado de esta investigación. Del catálogo surge el corpus textual (textos originales y traducciones) que consta de nueve ejemplares seleccionados en base a unos criterios. El corpus ha sido diseñado y confeccionado de forma manual y se ha adaptado a los intereses y los objetivos de una investigación de tipo cualitativo como la nuestra. Por esta razón, decidimos acotar el número de ejemplares del corpus a nueve y escoger el estudio de caso como opción metodológica.

Consideramos que ampliar la muestra a más textos o a todos los ejemplares del catálogo hubiera excedido por completo el objetivo de la investigación y hubiera sido inviable por motivos obvios de tiempo y de recursos personales limitados. El análisis microtextual cualitativo manual del corpus ha sido muy laborioso y lo hemos complementado con el empleo puntual de algunas herramientas típicas del diseño cuantitativo, lo que nos ha permitido medir y analizar en términos numéricos los datos obtenidos del análisis microtextual cualitativo.

El estudio de caso se ha reafirmado como la opción metodológica más realista y razonable para alcanzar los objetivos de este trabajo, puesto que nos ha permitido centrarnos en las nueve publicaciones turísticas, abordarlas en detalle y comprenderlas totalmente. Asimismo, nos ha permitido aplicar nuestra creatividad investigadora dada la especificidad de nuestro objeto de estudio y la ausencia de estudios similares previos. En relación con esto, una de las tareas más complicadas ha sido presentar de forma

estructurada, sintética y comprensible para el lector todos los datos producidos. En este sentido, creemos que el uso de elementos visuales (ilustraciones, tablas, figuras, colores y estilos de letra diferentes) ha sido una decisión acertada.

Por último, consideramos que una de las limitaciones de la metodología propuesta, aunque se basa en evidencias empíricas, reside en la subjetividad implícita en la interpretación de los datos por parte del investigador. Con el fin de paliar esta subjetividad, hemos recurrido al uso de materiales contextuales reales que proporcionen evidencias objetivas sobre la realidad estudiada. Somos conscientes de que en nuestra investigación existen ciertos aspectos que son difícilmente medibles de forma objetiva como, por ejemplo, las decisiones que toman los agentes que, a veces y por mucho que insistamos en su razonamiento lógico, no dejan de ser impredecibles. Además, en el análisis microtextual, la identificación manual de las realizaciones de la expresión de la valoración y de los indicios de los agentes que están cargados ideológicamente son cuestiones que están igualmente sujetas a la subjetividad del investigador.

Aplicando la temática estudiada en esta tesis doctoral a nuestro contexto de investigación, la agente investigadora no es un individuo aislado, que actúa en solitario, sino que es una participante del proceso de investigación que está rodeada por una realidad llena de matices e influenciada por factores internos y externos, como sus especulaciones y su experiencia vital, así como por otros agentes implicados en el proceso. Siguiendo las premisas de la sociología aplicada a la traducción, la investigación es una práctica también social en la que influyen diferentes agentes.

### **10.1.2 Conclusiones sobre la herramienta teórica y el modelo de análisis mixto**

La herramienta teórica sobre la que se sustenta esta tesis doctoral se basa en la unión de acercamientos sociológicos y lingüísticos a la traducción, que nos ha servido para investigar la relación entre la ideología y la traducción en este contexto comunicativo y cumplir con los objetivos previamente fijados. La combinación de estos enfoques ha sido muy acertada, puesto que nos ha permitido estudiar los textos y sus traducciones desde una perspectiva textual y contextual, y la labor de redacción y traducción turísticas en las instituciones españolas como prácticas sociales en las que están implicados diferentes participantes.

Fruto de la conciliación de estos dos tipos de acercamientos a la traducción y la metodología adoptada en el proceso de investigación ha surgido un modelo de análisis mixto que ha demostrado su utilidad y validez en el análisis global de los ejemplares del

corpus textual, lo que nos anima a apostar por su aplicación en futuros estudios. Asimismo, hemos constatado que las tres fases del modelo de análisis están interrelacionadas y se retroalimentan entre sí.

La fase de contextualización del estudio de caso ha sido posible gracias al trabajo de campo realizado en diferentes localizaciones y a la lectura de bibliografía relacionada con la historia del turismo en España y la historia contemporánea de España. Más específicamente, en esta fase del modelo de análisis se ha probado la utilidad de la *Actor Network Theory* (ANT) como una herramienta sociológica que puede aplicarse de forma exitosa a los estudios de traducción y que permite arrojar luz sobre otros participantes implicados en el proceso de traducción. Además, el análisis complementario de bibliografía y documentación relacionada con el contexto histórico-turístico nos ha permitido ofrecer pruebas con poder explicativo, que aportan mayor solidez a este trabajo.

La fase de análisis macrotextual de las publicaciones turísticas y sus traducciones al alemán se ha basado en la aplicación del concepto de género textual al análisis descriptivo y la caracterización de los géneros profesionales propios de los inicios del discurso turístico moderno en España.

La fase de análisis microtextual se ha fundamentado en la aplicación de la Teoría de la Valoración o *Appraisal Theory* propuesta por Martin y White (2005). La Teoría de la Valoración nos ha permitido identificar diferentes patrones valorativos presentes en el discurso de los inicios del turismo moderno en España y saber cómo funcionan retóricamente las voces presentes en nuestros textos turísticos, en los que es fundamental la relación interpersonal emisor-receptor. Además, hemos logrado estudiar esta relación y detectar las intervenciones y la implicación valorativa del traductor y de otros agentes. Especial atención han merecido aquellos indicios que dejaron los agentes en los textos (originales y traducciones) y que están cargados ideológicamente. Por otro lado, esta tesis doctoral ha demostrado que, en ocasiones, la tipología propuesta por Martin y White (2005) e implementada por Munday (2012) resultaba insuficiente para analizar este contexto turístico-comunicativo específico, por lo que ha sido necesario añadir nuevas categorías y realizaciones valorativas propias del par de lenguas español-alemán y del discurso turístico de esta época. Esta adaptación de la propuesta de Martin y White (2005) a nuestro material objeto de estudio ha ampliado también los fundamentos teóricos de la propia Teoría de la Valoración, algo que sus creadores animaban a hacer desde sus inicios.

En la última fase del modelo, la del sistema de valores e ideología, hemos adoptado una perspectiva de tipo “macroscópico” e interpretado los datos que se desprenden de las fases previas (contextualización y análisis macro y microtextual) para sacar a la luz el sistema axiológico implícito en cada ejemplar y, en definitiva, la ideología de los grupos de poder presentes en la época estudiada. Además, hemos observado cómo se reconfiguran esos sistemas de valores en las traducciones al alemán y examinado si sufrieron alguna modificación durante la traducción.

El estudio de fenómenos que relacionan la traducción con la ideología ha demostrado ser un tema difícil de investigar debido al carácter silencioso con el que esta se propaga. En esta tesis doctoral, se entiende *ideología* como una cosmovisión que camufla relaciones de poder entre diferentes grupos sociales. Consideramos que el estudio de la traducción desde la perspectiva ideológica solo puede lograrse de forma exitosa si se realiza desde una perspectiva cualitativa que va más allá del análisis textual puramente lingüístico.

Con este trabajo, se reconoce y subraya la importancia de la influencia de los factores ideológicos que determinan la producción y recepción del texto traducido y se sitúa al traductor y al resto de los agentes en el centro del debate. De hecho, todos los ejemplares analizados muestran que no existe la objetividad textual en ninguno de los casos, puesto que todos ellos transmiten una ideología y un sistema de valores que, en este contexto turístico-comunicativo institucional, son los que posee el grupo de poder dominante.

### **10.1.3 Conclusiones sobre la contextualización histórico-turística**

La revisión de los hitos histórico-turísticos de la época en la que surgen las publicaciones turísticas objeto de estudio ha demostrado que el verdadero despegue del turismo moderno en España no tiene lugar hasta finales de la década de 1920. A comienzos de los años treinta se fue configurando un sistema turístico que contiene las bases del sistema turístico español contemporáneo y que hace que nuestro país sea hoy en día toda una potencia turística a nivel mundial. La institución encargada de ello fue el Patronato Nacional del Turismo (PNT) con el que, desde su creación en 1928, comienza la presencia del Estado en materia turística.

El Patronato Nacional del Turismo pasó por diversas fases y tuvo que ajustar su gestión turística y sus estrategias de promoción a las condiciones de cada momento. En este sentido, ha resultado fundamental examinar los acontecimientos históricos, sociales y políticos ocurridos entre 1928 y 1939, ya que dieron lugar a circunstancias

comunicativas completamente distintas. Las publicaciones analizadas en los estudios de caso de esta tesis doctoral son un fiel reflejo del momento histórico-turístico que estaban viviendo sus organismos de publicación y, en definitiva, España. Los ejemplares generados en la fase monárquica del PNT contienen variaciones con respecto a los ejemplares producidos en la fase republicana (véase la reedición de las hojas de ciudades).

Estas diferencias aumentan si comparamos estos materiales con las publicaciones turísticas generadas durante la Guerra Civil española (1936-1939). A partir de ese momento, la promoción del turismo queda sometida a los intereses políticos de los dos bandos enfrentados en la contienda (el bando republicano y el bando sublevado), que utilizaron también los instrumentos de promoción turística para hacer propaganda ideológica y política contra el enemigo y, con ello, manipular y adoctrinar.

La propaganda turística *apolítica* promovida por el Patronato Nacional del Turismo desemboca en la propaganda política de las instituciones turísticas existentes durante la Guerra Civil española. Sin duda, el culmen del “turismo de guerra” fue el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra* del Servicio Nacional del Turismo (SNT).

Además, hemos comprobado que las dos instituciones estudiadas, el PNT y el SNT, promovieron la internacionalización de sus campañas turísticas y editaron material promocional que después se tradujo a diferentes idiomas. Para lograr proyectar las cualidades turísticas de España de forma eficaz fue clave la labor desempeñada por las Agencias del PNT en el extranjero. Concretamente, hemos aportado datos sobre la la Agencia del PNT en Múnich, que era la Agencia responsable de Alemania. Su director, el Príncipe Adalberto de Baviera, y el cónsul general de España en Múnich, D. Francisco de Asís Caballero, fueron dos enlaces muy importantes en el país germano.

En definitiva, en esta tesis doctoral ha quedado patente que para poder contextualizar correctamente las publicaciones turísticas originales y sus traducciones al alemán ha sido necesario estudiar en profundidad la época en la que se generan los textos. Esto ha sido posible gracias a la gran labor documental y al trabajo de campo realizados en diferentes fondos documentales, tal y como hemos mencionado anteriormente.

#### **10.1.4 Conclusiones sobre los géneros profesionales de los inicios del discurso turístico moderno en España**

El Patronato Nacional del Turismo es la institución responsable de la puesta en marcha de una verdadera política editorial turística moderna través de un plan sistémico y orgánico de publicaciones (1928-1929).

Este plan de publicaciones contiene géneros turísticos originales que no han sido estudiados hasta la fecha, como son el género *hoja plegable* y el género *hoja de ciudad*, y que constituyen conceptualizaciones de la realidad turística de ese periodo. Con este trabajo hemos probado que estos géneros turísticos están relacionados con el contexto sociocultural en el que fueron generados y que cada ejemplar responde a unas necesidades concretas.

El análisis descriptivo de los parámetros extratextuales y textuales de los ejemplares pertenecientes a estos dos géneros ha demostrado que presentan similitudes y diferencias con respecto a los géneros propios del discurso turístico más actual, pero también con respecto a las primeras guías de viaje editadas (Calvi 2016: 16). El género *folleto turístico* guarda más similitudes con el género textual correspondiente en la actualidad.

Los tres géneros presentados en esta tesis doctoral describen y promocionan destinos turísticos y son géneros institucionales originados en instituciones turísticas, el PNT y el SNT, con el propósito de afianzar o posicionar la imagen de España. Estas instituciones no actúan solas, sino que detrás de ellas se encuentran los gobiernos nacionales de cada etapa, como hemos demostrado en los capítulos anteriores.

También hemos podido confirmar la tesis de Calvi (2016: 24), quien afirma que, en ocasiones, las fronteras entre los géneros turísticos no están claramente definidas. Hemos observado cierta tendencia a la hibridación entre las publicaciones turísticas generadas durante fase monárquica del PNT.

Además, hemos constatado que el turismo es una actividad profesional y social en constante evolución y que, con el paso del tiempo, se han redefinido los perfiles de los géneros turísticos, algunos géneros han desaparecido y otros géneros han surgido debido a la aparición de nuevas realidades turísticas. Tanto el género *hoja plegable* como el de *hoja de ciudad* son géneros que están fuera de circulación y que hemos examinado como hechos históricos en sí mismos. En ocasiones, hemos estudiado aspectos propios de los inicios del discurso turístico moderno con herramientas y perspectivas actuales, lo que ha requerido una adaptación de estas a nuestro objeto de

estudio. En este sentido, las clasificaciones de géneros propuestas por Calvi (2010) y Dann (1996) han presentado algunas limitaciones.

En cuanto a las funciones comunicativas que más sobresalen en los tres géneros estudiados, en las hojas plegables predomina la función informativa, en las hojas de ciudades la informativa y la prescriptiva y en el folleto turístico la persuasiva. Por otro lado, hemos constatado que la función persuasiva está presente en todos los textos, en mayor o menor medida, puesto que el último propósito de todos ellos es siempre el de persuadir al receptor. El receptor es también un futuro cliente al que hemos denominado *lector-visitante* o *lector-turista*. En el caso de los folletos turísticos *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* también se pretende persuadir al lector-turista ideológicamente.

En definitiva, el análisis del género de los ejemplares del corpus ha resultado muy beneficioso para la investigación, ya que nos ha permitido obtener una radiografía de cada publicación turística.

#### **10.1.5 Conclusiones sobre la labor de redacción y traducción dentro de las instituciones turísticas españolas vigentes entre 1928 y 1939**

Gracias a la información que nos aporta el material contextual recopilado durante la investigación de campo, así como a la extensa labor de documentación complementaria realizada, hemos conseguido estudiar empírica y sociológicamente la labor de redacción y traducción turísticas dentro las instituciones españolas existentes entre 1928 y 1939, el Patronato Nacional del Turismo y el Servicio Nacional del Turismo.

En primer lugar, hemos logrado esclarecer cómo se gestaba la redacción y traducción turísticas en las instituciones vigentes en el periodo estudiado. Durante su fase monárquica, el PNT estableció un centro editorial con el fin de publicar con la mayor rapidez posible y en las mejores condiciones de calidad, publicaciones ilustradas y redactadas en varios idiomas que invitaran al viaje por España. La Sección de Publicaciones fue la sección responsable de la redacción de las publicaciones turísticas. De la traducción del material turístico promocional a diferentes idiomas se encargó el Negociado de Interpretación de Lenguas hasta la reorganización que sufre el PNT en 1930. Este Negociado contaba con personal para hacer traducciones del español, francés, inglés, alemán y viceversa. A partir de la incorporación del PNT a los Presupuestos del Estado, durante la reedición republicana de la serie *hojas de ciudades*, tenemos constancia de que los servicios de traducción se contrataron de forma externa.

Otro de los logros más relevantes de esta investigación es que hemos representado gráficamente, a través de mapas, y descrito las redes de producción de las publicaciones turísticas en español y su traducción al alemán, siguiendo las premisas que propone la *Actor Network Theory*. La representación visual de las redes se ha llevado a cabo a través de formas geométricas como rectángulos (agentes humanos) y triángulos (elementos no humanos) con colores y formatos diferentes, lo que permite al lector entender adecuadamente las mismas. Además, la ausencia de líneas entre algunos elementos de la red no implica una falta de relación entre ellos, sino que esos lazos aún no se han explorado o que, quizás, jamás puedan explorarse. Por otro lado, los mapas tienen sus limitaciones, ya que no representan de forma exhaustiva el contexto en el que las instituciones turísticas estudiadas y sus traductores desarrollaron su labor, sino que han de entenderse como herramientas para describir y reconstruir las redes de producción de los originales y sus traducciones al alemán.

Indudablemente, las redes que hemos reconstruido con mayor exactitud son las que parten del Patronato Nacional del Turismo como punto central. Concretamente, disponemos de datos sólidos para describir con gran detalle la red de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al alemán que llevó a cabo el Patronato Nacional del Turismo en 1933. El material contextual nos ha permitido conocer de primera mano y con gran precisión cómo se gestó el proceso de reedición republicano. Hemos logrado descomponer el proceso en sus diferentes fases, identificar la intervención de los agentes en estas y descubrir quiénes fueron los principales agentes implicados en la configuración del producto final (Andújar Moreno 2019: 37).

Al contrario, por las circunstancias en las que se gestó el folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y su traducción al alemán y por la corta vida que tuvo el Servicio Nacional del Turismo, no disponemos de datos tan exactos sobre la red de producción del folleto. Así, la descripción de esta red se ha basado únicamente en hipótesis.

En este sentido, podemos afirmar que, a mayor cantidad de datos contextuales recopilados durante el trabajo de campo, mayor precisión puede tener el investigador a la hora de reconstruir la red de participantes implicados en el proceso. De esta conclusión deducimos que la recopilación de material contextual depende de tres factores: del tiempo disponible para realizar la investigación, de los recursos personales con los que se cuenta (un solo investigador frente a un equipo de investigación) y de la minuciosidad con la que el organismo de publicación haya archivado administrativamente todo el proceso en sí. Por tanto, quisiéramos expresar nuestro



agradecimiento a los responsables del Patronato Nacional del Turismo por su excelente labor en el seguimiento y archivo de la información. Esta cuestión nos lleva a reflexionar también acerca de la escasez de investigaciones sobre procesos de traducción de tipo retrospectivo.

Gracias a las pruebas textuales que dejaron los diferentes participantes en el material contextual y mediante la reconstrucción de las redes de producción de los originales y sus traducciones al alemán, hemos descubierto agentes “ocultos”, que no podíamos ver a simple vista. Este modo de trabajo empírico y retrospectivo ha dificultado la labor investigadora, puesto que los agentes de esa época ya no se encuentran entre nosotros. Por este motivo, aparte de la exploración del material contextual, hemos recurrido a diferentes búsquedas en la *web*, donde hemos obtenido datos personales y profesionales sobre los agentes que son relevantes para esta investigación.

En la red del proceso de reedición republicana de las hojas de ciudades hemos constado que la agente traductora Gisela Ephrussi, que trabajó para el PNT en su fase republicana, fue una traductora *invisible*, pero que se visibilizó durante el proceso de reedición a través de sus correcciones y anotaciones en las pruebas de impresión y en los montajes de las hojas de ciudades traducidas al alemán y reeditadas por la República. Verificamos que la agente traductora Gisela Ephrussi actuó más como *traductora revisora* que como *traductora ejecutiva* (Jansen y Wegener 2013: 24-26), ya que la reedición republicana de las traducciones al alemán era más una revisión de los textos ya traducidos que una traducción.

Otro de los agentes “ocultos” en esta red fue el agente funcionario Manuel Pérez Río-Cosa, Jefe de la Sección de Publicaciones del PNT, que, a su vez, era también traductor. Manuel Pérez Río-Cosa fue la figura de autoridad que dio el visto bueno al trabajo de la traductora en representación del PNT y remitió los montajes definitivos a la imprenta. Asimismo, el esposo de Gisela Ephrussi, Alfredo Bauer, se revela como uno de los actores poderosos en la red, que fue capaz de captar a otros participantes.

Además, hemos demostrado que la República, para la reedición de la serie *hojas de ciudades*, contrató de forma externa a traductores profesionales. En concreto, para la reedición de todas traducciones al alemán contó con Gisela Ephrussi, para las traducciones al inglés con A. Balbuena y para las traducciones al francés con Carmen Pardo Valcárcel.

En cuanto al papel de las instituciones turísticas como organismos de publicación, este es diferente según el periodo histórico y político. En todos los casos,

ha quedado constatado que, al tratarse de un contexto institucional, el agente institución turística (PNT y SNT) es el *autor ejecutivo, declarativo y revisor* (Jansen y Wegener 2013: 23-24). El agente institución turística dispone del mayor grado de agentividad en los procesos de redacción y traducción y el resto de los agentes están siempre supeditados a él.

Consideramos que el PNT no operaba de manera autónoma y representaba al agente Gobierno de España, que constituía el grupo de poder dominante (poder político) en aquel momento y poseía un sistema de valores sobre el que se sustentaba una ideología determinada, que no tenía por qué coincidir con la de la población española. La misión ideológica del PNT era dismantelar los prejuicios existentes sobre España en el extranjero y promover la sociedad española como una sociedad moderna y abierta a los avances. Esta visión progresista en materia turística fue una elección del Gobierno, y no reflejaba necesariamente a la sociedad española de aquel entonces, que quizás no era tan moderna y avanzada como se quería dar a entender.

En cuanto al poder político durante la Guerra Civil española y al igual que sucedía con el Patronato Nacional del Turismo anteriormente, el SNT tampoco podía actuar de forma independiente, ya que, como institución turística, representaba al agente Gobierno del bando sublevado, que, en aquel momento, era el grupo de poder dominante (poder político) en una parte de España. El sistema de valores y la ideología del Gobierno sublevado tampoco se alineaban necesariamente con los de parte de los españoles. De hecho, en el territorio controlado por el bando sublevado existía una parte de la población que no compartía esos valores. En "la otra España", el Gobierno republicano legítimo representaba al otro grupo de poder dominante y se basaba en un sistema de valores totalmente opuesto al del Gobierno del bando sublevado.

En el caso de los agentes funcionarios o agentes trabajadores de las instituciones turísticas, su poder de influencia en el proceso fue mínimo, puesto que actuaban en calidad de representantes del Estado español. Dentro de los agentes trabajadores de las instituciones turísticas se encontraban los agentes traductores del Negociado de Interpretación de Lenguas.

Mediante los estudios de caso sobre los textos publicados por el PNT se ha comprobado que los traductores, aunque intervienen en el texto, mantienen visible el sistema cultural original para el lector-visitante alemán. Es decir, el traductor, en su toma de decisiones, orienta las normas hacia la cultura origen (*principio de la adecuación* sugerido por Toury 1980, 1995/2012) y acerca el texto, la lengua y la cultura origen a los lectores (extranjerización), lo que consideramos implica cierto distanciamiento con

el lector alemán. Haciendo esto, el traductor del PNT no rema a favor del pacto de traducción al que se refiere Alvstad (2014: 281), lo que significa que el lector alemán sí es consciente de que está leyendo una traducción. Esta elección refleja, tal vez, uno de los límites de la agentividad del traductor: su inseguridad a la hora de realizar una traducción más libre y adaptada a la cultura meta. Otra de las razones que explicarían esta decisión sería la existencia de desigualdades de poder entre los diferentes participantes que integran la red de producción de los textos, es decir, la agentividad del traductor se ve comprometida por la gran agentividad del PNT, que se presenta como la figura de autoridad. Este resultado nos invita a reflexionar acerca de las características propias de los géneros producidos por las instituciones estatales, donde la agentividad del resto de integrantes de la red (de los traductores, pero también de los autores de los TO) se ve supeditada a la de la institución turística, que es el autor de la publicación, y que representa, a su vez, a un grupo de poder dominante.

En el caso de las reediciones republicanas, la agente traductora externa ya no era una trabajadora pública, por lo que creemos que pudo tener más poder de influencia en el proceso que los traductores del Negociado de Interpretación de Lenguas, que actuaban como representantes de la Administración española.

En cuanto al agente autor del TO, en el estudio de caso sobre la hoja plegable *Los jardines de España-TO* hemos probado su gran poder de influencia en el proceso de redacción y también en el de traducción. Constatamos que los autores de los TO que disponían de más renombre y más credibilidad, poseían más capacidad de negociar y ejercían más agentividad en el proceso de redacción y también en el de traducción.

En lo que respecta al poder de los agentes traductores y agentes autores de los TO en el Servicio Nacional del Turismo, su agentividad estaba muy limitada por el control total de publicaciones y traducciones llevado a cabo por el Gobierno del bando sublevado, cuyo propósito fue establecer un régimen dictatorial. En el análisis microtextual de la traducción al alemán del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* hemos explorado esta cuestión y llegado a la conclusión de que el agente traductor respalda el sistema de valores del bando sublevado y la finalidad propagandística de este ejemplar: moldear la imagen pública del bando sublevado y justificar sus acciones ante la opinión pública internacional. El traductor elige actuar a favor del sistema, puesto que hacerlo de otro modo hubiera tenido consecuencias.

Por último, concluimos que por encima del agente institución turística se encuentra el agente Gobierno y que su intervención en los procesos se visibiliza a nivel macro y microtextual principalmente en las reediciones republicanas de las hojas de

ciudades. Durante la fase republicana del Patronato Nacional del Turismo, existe un interés por destacar al agente República Española frente al agente institución turística (Patronato Nacional del Turismo). Este refuerzo de su posición como figura de autoridad implica que el poder turístico queda supeditado al poder político de forma más explícita, aunque creemos que en la fase anterior esto también fue así. Así, el PNT republicano sería el *autor ejecutivo*, el *autor revisor* y el *autor declarativo secundario o el autor co-declarativo*, ya que figura como organismo de publicación, pero pasa a un segundo plano (Jansen y Wegener 2013: 23-24). El *autor declarativo principal* sería la República Española.

Finalmente, el propio contexto turístico-comunicativo institucional nos hace pensar que estos casos apuntan más hacia el paradigma de la colaboración entre los participantes que defiende la ANT de Latour, que al de competición propuesto por la teoría social de Bourdieu, aunque existieron relaciones jerárquicas entre los integrantes de las redes y la agentividad de los participantes menos poderosos (autores TO y traductores) se vio comprometida por la de los más poderosos (PNT y SNT y sus respectivos Gobiernos). El momento histórico y el objetivo de los iniciadores de los proyectos de traducción así lo requerían. Una prueba objetiva de esto es la rapidez con la que los organismos de publicación, PNT y SNT, redactaron las publicaciones turísticas en español y las tradujeron al alemán. Deducimos que la comunicación entre las instituciones y los otros agentes de las redes fue fluida y que todos ellos facilitaron el trabajo. Descartamos que existieran *fases de suspensión* (Jansen 2017: 140-156) en ninguno de los procesos.

En el caso de la redacción y traducción del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO*, el contexto en el que se generó este material promocional indica igualmente un paradigma de colaboración entre los participantes, aunque no por elección propia, sino porque actuar de otra manera podría haber tenido graves consecuencias para ellos. En todos los estudios de caso presentados, pero más aún en este último, hemos comprobado cómo los traductores no actúan con total libertad y que ellos también son *manipulados* por otros agentes, como sostiene la Escuela de la Manipulación (Chesterman 1997: 39).

En el presente trabajo hemos rastreado las diferentes voces *manifestas* en el material contextual generado durante los procesos de redacción y de traducción de los ejemplares. Las principales *voces contextuales* (Alvstad y Assis Rosa 2015: 3-4) son la voz del agente traductor y la del agente autor del TO. Otras voces contextuales son las de los agentes PNT y SNT y los agentes trabajadores de estas instituciones turísticas.

Gracias al análisis microtextual de las publicaciones, hemos demostrado que el agente traductor interviene en los textos definitivos realizando modificaciones, omisiones o adiciones de información, por lo que se trata de también de una voz textual. En el caso de los ejemplares reeditados por la República, la voz del agente Gobierno (República Española) es también una voz *textual* visible en el texto final (TO y TM).

Finalmente, los resultados obtenidos en esta tesis doctoral contribuyen a desmontar el mito del traductor en solitario, que concibe a los traductores como los únicos responsables de las traducciones, y nos sirven para mostrar una configuración real de las nociones de múltiple autoría traductora (Jansen y Wegener 2013) y de la traducción como un proceso multivocal (Bassnett 2017).

#### **10.1.6 Conclusiones sobre los análisis microtextuales**

Sin duda alguna, cada publicación es un producto de su momento y responde, por ello, a unas necesidades específicas. Es decir, no es lo mismo promocionar la isla de Mallorca en 1929 como destino para turismo de sol y playa, urbano y rural, que la Ruta de Guerra del Norte en 1938 en medio de un conflicto bélico que dividió al país. Esta conclusión prueba la importancia de conocer ampliamente el contexto que rodea a la publicación del texto, lo que explicaría ciertos fenómenos observados en los análisis microtextuales.

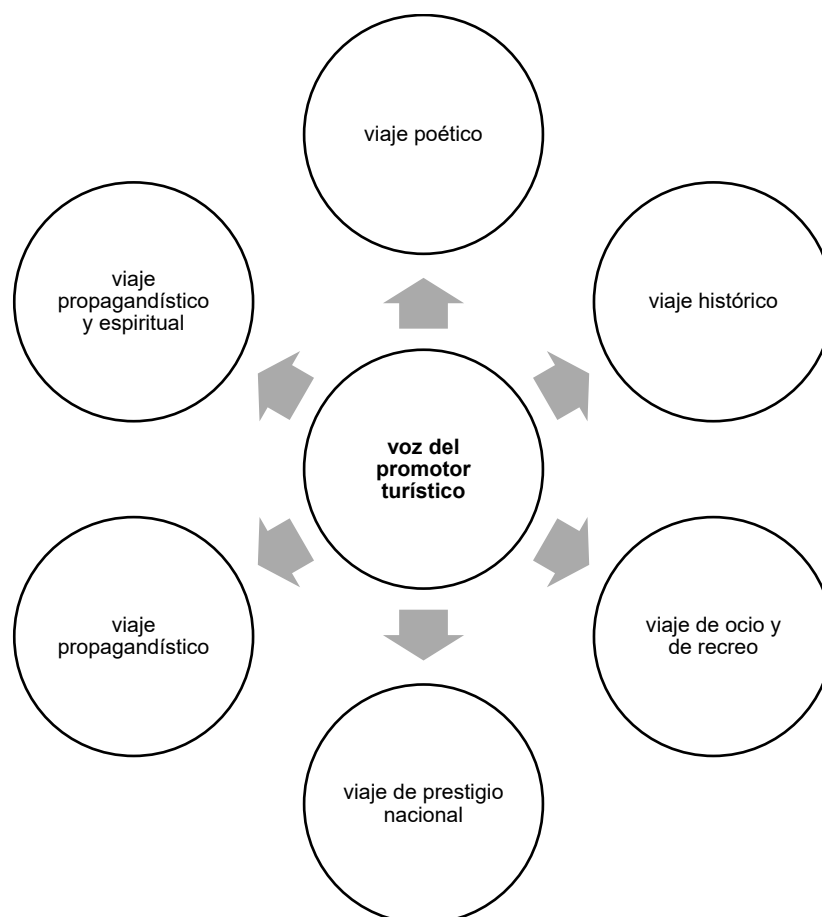
Como hemos revisado en esta tesis doctoral, según Martin y White (2005), las tendencias en el uso de los recursos de la valoración (*actitud*, *compromiso* y *graduación*) en textos del mismo discurso crean un *estilo valorativo*, o una voz *textual* (Munday 2012). Así, hemos constatado que en el discurso de los inicios del turismo moderno en España operaba la voz del promotor turístico, que se caracteriza por contener numerosas expresiones directas de apreciación que valoran los productos turísticos, algo que consideramos lógico por tratarse de este tipo de géneros.

Además, los datos obtenidos nos han permitido sacar a la luz aspectos invisibles, y afirmar que estos ejemplares no solo promocionan el turismo, sino que también transmiten un sistema de valores y, con ello, la ideología propia de un grupo de poder dominante. Como pilar fundamental para sostener su sistema de valores, los autores de los TO se sirven de asociaciones seleccionadas intencionadamente, cuya comprensión implica cierto bagaje cultural por parte del lector y del traductor. Haciendo esto, los autores de los TO están dando por sentado que el receptor será un lector culto para la época. Además, los autores invierten en las posiciones valoradas mediante el uso de la graduación y emplean realizaciones híbridas que pertenecen a diferentes categorías.

También utilizan el compromiso graduado (sobre todo, *recomendaciones*) e indicadores de posición deíctica.

Esta voz del promotor turístico puede presentar diversos matices que invitan a realizar diferentes viajes turísticos (v. Figura 27). Es decir, el propósito promocional del texto influye en el uso de los recursos valorativos observables en la voz textual. Así, la voz del promotor turístico emplea numerosas realizaciones de actitud indirecta (asociaciones y lenguaje figurativo) y heteroglosias expansivas cuando quiere invitar al viaje poético por los jardines de España, mientras que la voz del promotor turístico se expresa mediante realizaciones de actitud indirecta graduada, heteroglosias contractivas e indicadores de posición deíctica inclusivos cuando quiere invitar al viaje propagandístico por la *España Nacional*. Estas características nos llevan a considerar la influencia de los agentes implicados en el proceso de redacción en español. En este sentido, la voz textual *poética* estaría influenciada por los afamados escritores que contrató el PNT monárquico, y detrás de la voz textual *propagandística* estaría el agente Gobierno del bando sublevado.

**Figura 27. La voz del promotor turístico en los inicios del discurso turístico moderno**



En cuanto a la traducción al alemán de las publicaciones turísticas, en todos los casos, el agente traductor, aunque deja su impronta en el texto traducido, intenta imitar la configuración de la voz autorial original y reforzar el sistema de valores del texto. Los casos excepcionales en los que hemos observado cierta pérdida de intensidad axiológica se ubican en los planos de la actitud y graduación.

En general, las mayores variaciones entre los TO y los TM se localizan en el plano del compromiso, de la graduación y en la posición deíctica, donde el traductor tiende a recalcar el papel de la institución turística como figura de autoridad. Además, confirmamos la hipótesis de Munday (2012: 64) de que las expresiones de actitud más indirectas son las más difíciles de comprender y, por lo tanto, de traducir.

Por último, gracias al análisis microtextual, hemos logrado proyectar el perfil del lector al que se dirigen los textos. Los autores y traductores de los textos han ido dejado pistas sobre tres tipos de receptores de estos.

El primero es el receptor español que realiza una lectura complaciente del texto turístico, tiene interés por el producto promocionado y, creemos, desea visitarlo. La voz autorial anticipa que este receptor estará de acuerdo con los valores y proposiciones del TO. Creemos que esta interpretación tiene lógica, puesto que nadie se plantea visitar un lugar que, *a priori*, piense que no le va a agradar.

El segundo es el traductor del ejemplar al alemán que realiza una lectura táctica del texto antes de traducirlo para seleccionar aquellos aspectos que entiende que no son relevantes para su lector. Cabe destacar que la traductora de las versiones republicanas de las hojas de ciudades al alemán, Gisella Ephrussi, realizó también una lectura resistente del TO republicano y del TM monárquico.

El tercer receptor es el receptor alemán. El traductor apostó por favorecer, aún más, esa lectura complaciente. En el caso de los folletos turísticos *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO*, el autor se encarga de crear un lector más complaciente que en los textos anteriores, o, tal vez, complaciente también desde el punto de vista ideológico. En el caso del folleto *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* crea un lector complaciente no sólo desde el punto de vista político, sino también religioso.

Por último, todas las decisiones que toma el traductor, observables en la voz autorial traducida, responderían a un intento por restar dificultad al texto, simplificándolo y facilitando la lectura para el lector alemán. Esto corrobora la hipótesis de House (2011:

189, citado en Munday 2012: 64), quien sostiene que el alemán es una lengua que tiende a orientarse al contenido y ser directa y explícita. Las instrucciones señaladas en el documento *Orientaciones sobre la propaganda del turismo alemán hacia España* (30 de junio de 1928) también confirman este hecho. En estas instrucciones se describía a un turista alemán al que le gustaba informarse a través de materiales turísticos editados de forma oficial por las instituciones españolas y escritos en su lengua.

## 10.2 Perspectivas de investigación futura

Los resultados y conclusiones aquí presentados son fruto de nuestra investigación hasta la fecha, ya que una tesis doctoral constituye por naturaleza un estudio limitado. Por tanto, marcamos el final de esta investigación con un punto y seguido, en lugar de con un punto final.

Esta tesis doctoral abre nuevas vías de investigación que nos ayudarían a solventar algunas de las limitaciones de la presente investigación y a profundizar en el estudio de la relación entre la ideología, la agentividad y la traducción turística institucional. A continuación, recogemos aquellas que despiertan nuestro mayor interés.

Queda pendiente para un futuro aprovechar el catálogo y ampliar el corpus de estudio con otras publicaciones turísticas para aportar más validación empírica a la investigación.

Igualmente proponemos la creación de otros corpus con ejemplares traducidos a otras lenguas, lo que nos permitiría saber más sobre los procesos de traducción turística institucional en este particular contexto comunicativo y establecer algunas generalizaciones. Concretamente, nos consta que el Archivo General de la Administración custodia las traducciones al inglés y al francés de ejemplares pertenecientes a los géneros textuales aquí estudiados. En este sentido, nos gustaría contrastar los resultados obtenidos en esta investigación y replicar nuestro modelo de análisis mixto en las traducciones al inglés y al francés.

Además, resultaría especialmente interesante examinar más en detalle las relaciones entre algunos agentes de las redes que no hemos logrado reconstruir con tanta exactitud, como la red de producción del folleto turístico *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* y su traducción al alemán (1938). Esto nos permitiría conocer con más profundidad y rigurosidad cómo se desarrollaron los procesos y qué participantes pudieron tener más poder de influencia en estos.



De forma similar, también nos gustaría explorar las redes de producción de las reediciones republicanas de las hojas de ciudades traducidas al inglés y al francés (1933), e investigar sobre los traductores que llevaron a cabo esta tarea de reedición, es decir, seguir la pista a los traductores A. Balbuena y Carmen Pardo Valcárcel.

Otra cuestión que trataremos en futuras investigaciones es la aplicación de nuestro modelo de análisis mixto a otros géneros textuales con el fin de probar su validez. Por ejemplo, nos gustaría aplicar el modelo al análisis de otros géneros turísticos generados por las instituciones turísticas aquí investigadas, como los artículos periodísticos de propaganda turística publicados y traducidos por el Patronato Nacional del Turismo en 1933, género que ya ha sido estudiado de forma preliminar en otra contribución (véase Valdenebro Arenas 2022: 479-498). Además, nos planteamos analizar géneros profesionales de la lengua del turismo en las instituciones actuales, comparar los resultados con los del presente trabajo y estudiar de forma diacrónica la evolución del discurso turístico moderno institucional desde sus inicios hasta el presente.

Por último, otra línea de investigación, que podría desarrollarse de forma exitosa por un equipo de trabajo, sería la aplicación de técnicas de análisis de datos cuantitativas a nuestras bases empíricas, lo que favorecería la triangulación de los datos, es decir, un uso combinado de instrumentos cualitativos y cuantitativos.



## 11 BIBLIOGRAFÍA

### 11.1 Fuentes primarias

#### Fuentes institucionales (véase apartado 4.3.1)

- Archivo Histórico del Turismo (*Historisches Archiv zum Tourismus*, HAT) situado en el Centro de Estudios Metropolitanos (*Center for Metropolitan Studies*) de la Universidad Técnica de Berlín (*Technische Universität Berlin*) (Alemania). Último acceso al sitio web oficial 14.04.2023 <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/archivos/mc/archivos/aga/portada.html>
- Centro de Documentación Turística de España (CDTE) del Instituto de Estudios Turísticos situado en Madrid (España). Último acceso al sitio web oficial 14.04.2023 <https://www.tourspain.es/es-es/ConocimientoTuristico/paginas/CentroDocumentacion.aspx>
- Archivo General de la Administración (AGA) situado en Alcalá de Henares, Madrid (España). Último acceso al sitio web oficial 14.04.2023 <https://hist-soz.de/hat/archiv.html>
- Biblioteca Nacional de España (BNE) situada en Madrid (España). Último acceso al sitio web oficial 14.04.2023 <http://www.bne.es/es/Inicio/index.html>
- Base de datos Gazeta. Último acceso 14.04.2023 [https://www.boe.es/diario\\_gazeta/index.php](https://www.boe.es/diario_gazeta/index.php)

**Publicaciones turísticas recopiladas durante el trabajo de campo: catálogo** (véase Anexo III del epígrafe 13.3.)

**Publicaciones turísticas objeto de estudio: corpus textual** (véase Anexo IV del epígrafe 13.4)

**Fuentes de documentación contextual** (véase Tabla 12)

## 11.2 Fuentes secundarias

- Abdallah, K. (2011). Quality Problems in AVT Production Networks: Reconstructing an Actor-network in the Subtitling Industry. En A. Serban, A. Matamala y J.M. Lavaur (eds.), *Audiovisual Translation in Close-up: Practical and Theoretical Approaches* (pp. 173-186). Bern: Peter Lang.
- Alcina Caudet, M. A. (2005). La implementación del concepto de género textual en los corpus electrónicos para traductores. En I. García Izquierdo (coord.), *El género textual y la traducción. Reflexiones teóricas y aplicaciones pedagógicas* (pp. 93-114). New York: Peter Lang.
- Alsina, V., Espunya, A. y Wirf Naro, M. (2017). An Appraisal Theory Approach to Point of View in Mansfield Park and its Translations. *International Journal of Literary Linguistics* 6 (1), pp. 1-28.
- Alvstad, C. (2013). Voices in Translation. En Y. Gambier y L. Van Doorslaer (eds.), *Handbook of Translation Studies*, vol. 4 (pp. 207-210). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Alvstad, C. (2014). The translation pact. *Language and Literature* 23 (3), pp. 270-284.
- Alvstad, C. y Assis Rosa, A. (2015). Voice in Retranslation: An Overview and Some Trends. *Target* 27 (1), pp. 3-24.
- Alvstad, C., Greenall, A.K., Jansen, H., y Taivalkoski-Shilov, K. (2017). *Textual and Contextual Voices of Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Andújar Moreno, G. (2019). El papel de la revisión editorial en la autoría múltiple del texto traducido: la versión española de Beautiful Children, de Charles Bock, como estudio de caso. *Sendebarr* 30, pp. 35-60.
- Bajtin, M. (1981). Discourse in the Novel. En M. Bajtin, *The Dialogic Imagination. Four Essays* (pp. 129-422). Austin: University of Texas Press.
- Bajtin, M. (1982). Hacia una metodología de las ciencias humanas. En M. Bajtin, *Estética de la creación verbal* (pp. 381-392). México: Siglo XXI.
- Bassnett, S. (2017). Translators in search of originals. En C. Alvstad, A. K. Greenall, H. Jansen y K. Taivalkoski-Shilov (eds.), *Textual and Contextual Voices of Translation* (pp. 119-129). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Bastin, G. L. (2009). Francisco de Miranda, intercultural forerunner. En J. Milton y P. Bandia (eds.), *Agents of Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

- Bednarek, M. (2006). *Evaluation in media discourse: Analysis of a newspaper corpus*. London: Continuum.
- Bhatia, V.K. (2002). Applied genre analysis: a multi-perspective model. *Ibérica* 4, pp. 3-19.
- Bogic, A. (2010). Uncovering the hidden actors with the help of Latour: the 'making' of The Second Sex. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 2, pp. 173-192.
- Bolín, L. A. (1967). *España. Los años vitales*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Boll, T. (2016). Penguin Books and the Translation of Spanish and Latin American Poetry, 1956-1979. *Translation and Literature* 25 (1), pp. 28-57.
- Brandis García, D. y Río Lafuente, M. I. del. (2015). Paisaje y cultura en la oferta y promoción del turismo en España (1875-1936). *Ería* 96, pp. 77-96.
- Brandis García, D. y Río Lafuente, M. I. del. (2016). Turismo y paisaje durante la guerra civil española, 1936-1939. *Scripta Nova* XX (530), pp. 527-551.
- Buzelin, H. (2005). Unexpected Allies: How Latour's Network Theory Could Complement Bourdieusian Analysis in Translation Studies. *The Translator* 11 (2), pp.193-218.
- Buzelin, H. (2006). Independent Publisher in the Networks of Translation. *TTR* 19 (1), pp. 135-173.
- Buzelin, H. (2011). Agents of translation. En Y. Gambier y L. Van Doorslaer (eds.), *Handbook of Translation Studies*, vol. 2 (pp. 6-12). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Buzelin, H. (2013). Sociology and translation studies. En C. Millán y F. Bartrina (eds.), *The Routledge Handbook of Translation Studies* (pp. 186-200). London/New York: Routledge.
- Buzelin, H. (2017). Translations 'in the making'. En M. Wolf y A. Fukari (eds.), *Constructing a Sociology of Translation* (pp.135-169). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Calvi, M. V. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid: Arco Libros.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica* 19, pp. 9-32.

- Calvi, M. V. (2011). Pautas de análisis para los géneros del turismo. En M. V. Calvi y G. Mapelli (eds.), *La lengua del turismo. Géneros discursivos y terminología* (pp. 19-45). Bern: Peter Lang.
- Calvi, M. V. (2016). Guía de viaje y turismo 2.0: Los borrosos confines de un género. *Ibérica* 3, pp. 15-38.
- Calzada Pérez, M. (ed.) (2003). *Apropos of Ideology: Translation Studies on Ideology – Ideologies in Translation Studies*. Manchester: St. Jerome.
- Chesterman, A. (1997). *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Chesterman, A. (1998). Causes, Translations, Effects. *Target* 10 (2), pp. 201-230.
- Chesterman, A. (2000). A Causal Model for Translation Studies. En M. Olohan (ed.), *Intercultural Faultlines: Research Models in Translation Studies I: Textual and Cognitive Aspects* (pp.15-27). Manchester: St. Jerome.
- Chesterman, A. (2002). Semiotic Modalities in Translation Causality. *Across Languages and Cultures* 2 (2), pp. 145-158.
- Chesterman, A. (2004). Hypotheses about translation universals. En G. Hansen, K. Malmkjær y D. Gile (eds.), *Claims, Changes and Challenges in Translation Studies* (pp. 1-13). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Chesterman, A. (2007). On the Idea of a Theory. *Across Languages and Cultures* 8 (1), pp. 1-16.
- Chesterman, A. (2009). The Name and Nature of Translator Studies. *Hermes - Journal of Language and Communication in Business* 22 (42), pp. 13-22.
- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: Theory and practice*. London/New York: Routledge.
- Ciapuscio, G. E. (1994). *Tipos Textuales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ciapuscio, G. E. y Kuguel, I. (2002). Hacia una tipología del discurso especializado: aspectos teóricos y aplicados. En J. García Palacios, y M. T. Fuentes Morán (eds.), *Texto, Terminología Y Traducción* (pp. 37-74). Salamanca: Ediciones Galmar.
- Clerget, P. (1935). Le mouvement touristique. *Revue Économique Internationale* IV, pp. 561-573.
- Coffin, C. (1997). Constructing and giving value to the past: An investigation into secondary school education. En F. Christie y J. R. Martin (eds.), *Genres and*

- Institutions: Social Processes in the Workplace and School* (pp. 196–230). London: Cassell.
- Concejal López, E. (2014). Las rutas de guerra del Servicio Nacional de Turismo (1938-1939). En *Visite España. La memoria rescatada* (pp. 259-273). Madrid: Biblioteca Nacional/Museo Nacional del Romanticismo.
- Correyero Ruiz, B. (2004). La administración turística española entre 1936 y 1951. El turismo al servicio de la propaganda política. *Estudios Turísticos* 163/164, pp. 55-79.
- Correyero Ruiz, B. y Cal, R. (2008). *Turismo: La mayor propaganda de Estado. España: Desde los orígenes hasta 1951*. Madrid: Editorial Visión Net.
- Cunico, S. y Munday, J. (2007). Encounters and Clashes. *The Translator XIII* (2). Manchester: St. Jerome, pp. 141-149.
- Dann, G.M.S. (1996). *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Oxon: CAB International.
- Di Pasquale, M. (2012). Notes on ideology. Between power, truth and symbolic violence. *Tabula Rasa* 17, pp. 95-112.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. New York: Verso.
- Edwards, V. (1938). *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis*. New York: Columbia University Press.
- Espunya, A. y Pavić Pintarić, A. (2016). Identität Und Emotionalität in Vázquez Montalbáns Carvalho Roman Los Mares Del Sur Und Seinen Deutschen Übersetzungen. En A. Pavić Pintarić, Z. Sambunjak y T. Zelić (eds.), otros, *Sprachliche Konstituierung Der Identität Durch Emotionalität* (pp. 127-143). Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Ezpeleta Piorno, P. y Gamero Pérez, S. (2004). Los géneros técnicos y la investigación basada en corpus: proyecto GENTT. En R. Gaser, C. Guirado y J. Rey (eds.), *Insights into Scientific and Technical Translation* (pp. 147-156.). Barcelona: PPU-Universitat Pompeu Fabra.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fernández Fúster, L. (1991). *Historia general del turismo de masas*. Madrid: Alianza.

- Fernández Iglesias, F. (2011). La sociología crítica y los estudios de traducción: premisas y posibilidades de un enfoque interdisciplinar. *Sendebarr* 22, pp. 21-41.
- Fernández Poyatos, M. D. y Valero Escandell, J. R. (2015). Carteles, publicidad y territorio: la creación de la identidad turística en España (1929-1936). *Cuadernos de Turismo* 35, pp. 157-184.
- Folaron, D. y Buzelin, H. (2007). Introduction: Connecting Translation and Network Studies. *Meta* 52 (4), pp. 605-642.
- García Izquierdo, I. (2002). El género: plataforma de confluencia de nociones fundamentales en didáctica de la traducción. *Discursos: Estudos de Tradução* 2, pp. 13-21.
- García Izquierdo, I. y Monzó Nebot, E. (2003). Una enciclopedia para traductores. Los géneros de especialidad como herramienta privilegiada del traductor profesional. En R. Muñoz Martín (ed.), *IAETI. Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción* (pp. 83- 97). Granada: Asociación Ibérica de Estudios de Traducción.
- Genette, G. (1987). *Seuils*. Paris: Seuil.
- Gentzler, E. y Tymoczko, M. (2002). *Translation and Power*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Gómez Álvarez, N. (2014). *Mujer: persona femenina. Un acercamiento mediante la obra de Julián Marías* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Guerra Lyons, J. D. y Herrera Bonilla, M. (2017). El compromiso en la Teoría de la Valoración: conceptos y aplicaciones pedagógicas. *Forma y Función* 30 (2), pp. 51-69.
- Halliday, M. A. K. y Matthiessen, C. (2014). *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Oxon: Routledge.
- Halliday, M.A.K. (1978). *Language as Social Semiotics*. London: Edward Arnold.
- Hermans, T. (1996). The translator's voice in translated narrative. *Target* 8 (1), pp. 23-48.
- Hermans, T. (1999). *Translation in Systems. Descriptive and Systemic Approaches Explained*. Manchester: St. Jerome.
- Hermans, T. (ed). (1985). *The Manipulation of Literature*. London: Croom Helm.



- Holmes, J.S. (1988/1972). The Name and Nature of Translation Studies. En J. S. Holmes (ed.), *Translated! Papers on Literary Translation and Translation Studies* (pp. 66-80.). Amsterdam: Rodopi.
- Holmes, J.S. (ed.). (1988). *Translated Papers on Literary Translation and Translation Studies*. Amsterdam: Rodopi.
- Hood, S. (2010). *Appraising Research: Evaluation in Academic Writing*. London: Palgrave Macmillan.
- House, J. (2011). *Translation Quality Assessment: A Model Revisited*. Tübingen: Gunter Narr.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y traductología: introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- Hyland, K. (2000). *Disciplinary Discourses. Social Interaction in Academic Writing*. London: Longman.
- Inghilleri, M. (2005). The Sociology of Bourdieu and the Construction of the 'Object' in Translation and Interpreting Studies. *The Translator* 11 (2), pp.125-145.
- Jansen, H. (2017). Unraveling multiple translatorship through an e-mail correspondence: Who is having a say?. En C. Alvstad, A. K. Greenall, H. Jansen y K. Taivalkoski-Shilov (eds.), *Textual and Contextual Voices of Translation* (pp. 133-157). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Jansen, H. y Wegener, A. (2013). Multiple Translatorship. En H. Jansen y A. Wegener (eds.), *Authorial and Editorial Voices in Translation: Collaborative Relationships between Authors, Translators, and Performers* (pp. 1-42). Montréal: Vita Traductiva, Editions québécoises de l'œuvre.
- Jones, F. (2009). Embassy networks: Translating post-war Bosnian poetry into English. En J. Milton y P. Bandia (eds.), *Agents of Translation* (pp. 301-325). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Kaplan, N. (2004). Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La Teoría de la Valoración. *Boletín de Lingüística* 22, pp. 52-78.
- Kaptelinin, V. y Nardi, B. A. (2006). *Acting with Technology: Activity Theory and Interaction Design*. Cambridge: MIT Press.
- Khalifa, A. W. (2014). *Translators have their say? Translation and the power of agency*. Zurich: LIT.

- Kinnunen, T. y Koskinen, K. (eds.). (2010). *Translators' Agency*. Tampere: Tampere University Press.
- Kölbl, J. (2020). 'Mädchen' für alles? Alieen Palmer als Übersetzerin und Dolmetscherin in den medizinischen Einheiten des Spanischen Bürgerkrieges. En J. Kölbl, I. Orlova y M. Wolf (eds.), *¿Pasarán? Kommunikation im Spanischen Bürgerkrieg* (pp. 114-129). Wien: New Academic Press.
- Kölbl, J., Orlova, I. y Wolf, M. (eds.). (2020). *¿Pasarán? Kommunikation im Spanischen Bürgerkrieg*. Wien: New Academic Press.
- Koskinen, K. (2000). *Beyond Ambivalence. Postmodernity and the Ethics of Translation*. Tampere: University of Tampere.
- Lambert, J. y Van Gorp, H. (1985). On describing translations. En T. Hermans (ed.), *The Manipulation of Literature* (pp. 42–53). London: Croom Helm.
- Latour, B. (1996). On actor-network theory: A few clarifications. *Soziale Welt* 47 (4), pp. 369-381.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Laviosa, S. (2010). Corpora. En Y. Gambier y L. Van Doorslaer (eds.), *Handbook of Translation Studies Online* (pp. 80–86). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Llaneza, P. Á. (2019). Propaganda y manipulación de masas en el siglo XX. *bie3: Boletín IEEE* 14, pp. 533-545.
- Lomba Serrano, C. (2018). Marisa Roësset, en la frontera (1924-1939). *Archivo Español De Arte* 91 (362), pp. 143-158.
- Maier, C. (2007). The Translator as an Intervenient Being. En J. Munday (ed.), *Translation as Intervention* (pp. 1-17). London: Continuum.
- Martin, J. R. (2000). Beyond exchange: Appraisal systems in English. En S. Hunston y G. Thompson (eds.), *Evaluation in text: Authorial stance and the construction of discourse* (pp. 142-175). Oxford: Oxford University Press.
- Martin, J. R. (2011). Multimodal semiotics: Theoretical challenges. En S. Dreyfus, S. Hood y M. Stenglin (eds.), *Semiotic margins: Reclaiming meaning* (pp. 243-70). London: Continuum.
- Martin, J. R. y White, P. (2005). *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. London: Palgrave Macmillan.

- Martin, J. R. y White, P. R. R. (2005). *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. London: Palgrave Macmillan.
- Mendizábal, N. (2006). Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. En I. Vasilachis de Galdino (coord.), *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 65-105). Barcelona: Gedisa Editorial.
- Meseguer Cutillas, P. (2014). *La traducción del discurso ideológico en la España de Franco* [Tesis doctoral]. Universidad de Murcia.
- Milton, J. y Bandia, P. (eds.). (2009). *Agents of Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Molina, L. y Hurtado, A. (2002). Translation Techniques Revisited: A Dynamic and Functionalist Approach. *Meta* 47 (4), pp. 498-512.
- Monzó Nebot, E. (2002). La traducción jurídica a través de los géneros: el transgénero y la socialización del traductor en los procesos de enseñanza/aprendizaje. *Discursos: Estudos de Tradução* 2, pp. 21-36.
- Monzó Nebot, E. y Díaz Fouces, O. (2010). Com és una sociologia aplicada a la traducció?. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 2, pp. 19-28.
- Moreno Garrido, A. (2005). Turismo de élite y administración turística de la época (1911-1936). *Estudios Turísticos* 163/164, pp. 31-54.
- Moreno Garrido, A. (2007). *Historia del turismo*. Madrid: Síntesis.
- Moreno Garrido, A. (2010). El Patronato Nacional de Turismo (1928-1932). Balance económico de una política turística. *Investigaciones de Historia Económica*, pp. 103-134.
- Moreno Garrido, A. (2013). Fuentes para una historia del turismo español. Fondos documentales del Archivo General de la Administración. *Revista de Historia TsT* 24, pp. 168-187.
- Moreno Garrido, A. (2015). Los otros años vitales. Luis Bolín y la España turística (1948-1952). *Ayer* 99 (3), pp. 151-174.
- Moreno Garrido, A. (2018). La política turística, 1905-1931. En R. Vallejo Pousada y C. Larrinaga Rodríguez (dirs.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939* (pp. 315-344). Madrid: Sílex.
- Munday, J. (2007). Translation and Ideology. A textual approach. *The Translator* 13 (2), pp. 195-217.

- Munday, J. (2012). *Evaluation in Translation: Critical Points of Translator Decision-Making*. London/New York: Routledge.
- Munday, J. (2013). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. London/New York: Routledge.
- Munday, J. (ed.). (2007). *Translation as Intervention*. London: Continuum.
- Muñoz Benavente, T. (1996). Posibilidades de investigación de archivos visuales: Los fondos fotográficos del Archivo General de la Administración. *Ayer* 24, pp. 41-68.
- Nieto Caldeiro, S. (2002). *El jardín sevillano de 1900 a 1929* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Pack, S. D. (2009). *La invasión pacífica*. Madrid: Taurus.
- Paloposki, O. (2009). Limits of freedom: Agency, choice and constraints in the work of the translator. En J. Milton y P. Bandia (eds.), *Agents of Translation* (pp. 189-208). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Paloposki, O. (2010). The Translator's Footnotes. En T. Kinnunen y K. Koskinen (eds.): *Translators' Agency* (pp. 86-106). Tampere: Tampere University Press.
- Pellejero Martínez, C. (2002). La actuación del Estado en materia turística durante la dictadura de Primo de Rivera. *Revista de Historia Económica* 1, pp. 149-158.
- Pellejero Martínez, C. (2018). La política turística durante la República, 1931-1936. En R. Vallejo Pousada y C. Larrinaga Rodríguez (dirs.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939* (pp. 345-380). Madrid: Sílex.
- Pulpillo Leiva, C. (2014). La configuración de la propaganda en la España nacional (1936-1941). *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura* 1, pp. 115-136.
- Pym, A. (1998). *Method in translation history*. Manchester: St. Jerome.
- Río Lafuente, M. I. del. (2016). Cultura y paisaje en la política turística del primer franquismo (1939-1956). *Estudios geográficos* 77 (281), pp. 443-467.
- Rioja Barrocal, M. (2008). *Traducción inglés-español y censura de textos narrativos en la España de Franco: TRACEni (1962-1969)*. [Tesis doctoral]. Universidad de León.
- Rodrigo Villena, I. (2020). Pintoras y escultoras en el Museo de Arte Moderno de Madrid. Sus exposiciones entre 1898 y 1936. *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte* 32, pp. 97-122.

- Rojo, A. (2013). *Diseños y métodos de investigación en traducción*. Madrid. Síntesis.
- Santoyo, J. C. (1993). Manuel Pérez Río, el primer traductor de los Cuentos de Canterbury. En A. León Sendra y otros (eds.), *II Congreso Internacional de SELIM* (pp. 149-155). Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Santulli, F. (2007). Il discorso procedurale come tratto distintivo della guida turistica. En G. Garzone y R. Salvi (eds.), *Linguistica. Linguaggi specialistici. Didattica delle lingue* (pp. 227-240.). Roma: CISU.
- Sela-Sheffy, R. (2005). How to be a (Recognized) Translator: Rethinking Habitus, Norms, and the Field of Translation. *Target* 17 (1), pp.1-26.
- Simeoni, D. (1998). The Pivotal Status of the Translator's Habitus. *Target* 10 (1), pp.1-39.
- Solberg, I. H. (2017). The voice of the implied author in the first Norwegian translation of Simone de Beauvoir's *Le deuxième sexe*. En C. Alvstad, A. K. Greenall, H. Jansen y K. Taivalkoski-Shilov (eds.), *Textual and Contextual Voices of Translation* (pp. 181-199). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Solum, K. (2017). Translators, editors, publishers, and critics: Multiple translatorship in the public sphere. En C. Alvstad, A. K. Greenall, H. Jansen y K. Taivalkoski-Shilov (eds.), *Textual and Contextual Voices of Translation* (pp. 39-60). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Suau Jiménez, F. (2001). El género y el registro en la traducción del discurso profesional: un enfoque funcional aplicable a cualquier lengua de especialidad. *Revista Culturele*.
- Suau Jiménez, F. (2012). Páginas web institucionales de promoción turística: el uso metadiscursivo interpersonal en inglés y español. En J. Sanmartín (ed.), *Discurso Turístico e Internet* (pp. 125-154). Madrid/Frankfurt: Iberoamericana Vervuert.
- Swales, J. (1990). *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tahir-Gürçağlar, Ş. (2007). Chaos Before Order: Network Maps and Research Design in DTS. *Meta* 52 (4), pp. 724-743.
- Tanodi, B. (2000). Documentos históricos. Normas de transcripción y publicación. *Cuadernos De Historia. Serie Economía Y Sociedad* 3, pp. 259-270.
- Toury, G. (1980). *In Search of a Theory of Translation*. Tel Aviv: The Porter Institute for Poetics and Semiotics, Tel Aviv University.

- Toury, G. (1995). *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam: John Benjamins.
- Toury, G. (2004). *Los estudios descriptivos de traducción y más allá. Metodología de la investigación en Estudios de Traducción*. Madrid: Cátedra [Traducción y edición de R. Rabadán y R. Merino].
- Tymoczko, M. (1990). Translation in Oral Tradition as a Touchstone for Translation Theory and Practice. En S. Bassnett y A. Lefevere (eds.), *Translation, History and Culture* (pp. 46-55). London: Printer.
- Tymoczko, M. (2000). Translation and Political Engagement: Activism, Social Change and the Role of Translation in Geopolitical Shifts. *The Translator* 6 (1), pp. 23-47.
- Tymoczko, M. (2002). Connecting the Two Infinite Orders. Research Methods in Translation Studies. En T. Hermans (ed.), *Crosscultural Transgressions. Research Models in Translation: Studies II: Historical and Ideological Issues* (pp. 9-25.). Manchester: St. Jerome.
- Tymoczko, M. (2003a). Ideology and the Position of the Translator: IN what Sense is a Translator 'In Between'?. En M. Calzada Pérez (ed.), *Apropos of Ideology: Translation Studies on Ideology – Ideologies in Translation Studies*. Manchester: St. Jerome, pp. 181-201.
- Tymoczko, M. (2007). *Enlarging, Translation, Empowering Translations*. London/New York: Routledge.
- Tymoczko, M. (2014). How distinct are formal and dynamic equivalence?. En T. Hermans (ed.), *The Manipulation of Literature* (pp. 63-86). London/New York: Routledge.
- Tymoczko, M. (ed.). (2010). *Translation, Resistance, Activism*. Amherst and Boston: University of Massachusetts Press.
- Tyulenev, S. (2014). *Translation and Society: An Introduction*. London/New York: Routledge.
- Valdenebro Arenas, M. (2017). Los signos no verbales en la propaganda ideológica del bando franquista a través de un folleto turístico [comunicación virtual]. En A. Bueno García (coord.): *Curso DEL SIGNO AL SÍMBOLO. La utilización de signos no verbales en la comunicación*. Último acceso 14.04.2023 <https://sites.google.com/view/signo/curso-2017/comunicaciones-virtuales>
- Valdenebro Arenas, M. (2018). Turismo y traducción como instrumentos al servicio de la propaganda ideológica del Estado durante la Guerra Civil española: Estudio lingüístico y traductológico. En E. Hernández Socas, J. J. Batista Rodríguez y C.

- Sinner (eds.), *Clases y categorías lingüísticas en contraste. Español y otras lenguas* (pp. 177-193). Berlin: Peter Lang.
- Valdenebro Arenas, M. (2020). Los comienzos del discurso turístico institucional en España a través de la hoja de ciudad Cádiz en español y su traducción al alemán: estudio lingüístico y traductológico. En A. Bueno García, J. Králová y P. Mogorrón (eds.), *De la hipótesis a la tesis en traducción e interpretación* (pp. 33-42). Granada: Comares.
- Valdenebro Arenas, M. (2022). Siguiendo a Theodor Mahlau (1907-1985): Un traductor polifacético en tiempos de la Segunda República Española. En M. Ibáñez Rodríguez, C. Cuéllar Lázaro y P. Masseau (eds.), *De la hipótesis a la tesis: traductología y lingüística aplicada* (pp. 479-498). Granada: Comares.
- Vallejo Pousada, R. y Concejal López, E. (2018). La política y la administración turística durante la Guerra Civil. En R. Vallejo Pousada y C. Larrinaga Rodríguez (dirs.), *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1939* (pp. 381-420). Madrid: Sílex.
- Vallejo Pousada, R. y Larrinaga Rodríguez, C. (dirs.) (2018). *Los orígenes del turismo moderno en España. El nacimiento de un país turístico, 1900-1936*. Madrid: Sílex.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University.
- Vandaele, J. (2017). Silenced in translation: The voice of Manolito Gafotas. En C. Alvstad, A. K. Greenall, H. Jansen y K. Taivalkoski-Shilov (eds.), *Textual and Contextual Voices of Translation* (pp. 159-180). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Vences Fernández, S. (2001). Traducción e ideología. En J. Ríos Vicente y M. Agís Villaverde (coords.), *Simposio Internacional de Filosofía Identidad y cultura: reflexiones desde la Filosofía* (pp. 265-280). A Coruña: Universidade da Coruña.
- Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London/New York: Routledge.
- Vizcarra, F. (2002). Premisas y conceptos básicos en la sociología de Pierre Bourdieu. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas VIII* (16), pp. 55-68.
- Waal, E. de. (2012). *La liebre con ojos de ámbar*. Barcelona: Acantilado [Traducción de Marcelo Cohen].

- White, P. R. R. (2000). Un recorrido por la Teoría de la Valoración (Teoría de la Valoración). Último acceso 14.04.2023 [http://www.grammatics.com/appraisal/spanish\\_tr/spanishtranslation-appraisaloutline.pdf](http://www.grammatics.com/appraisal/spanish_tr/spanishtranslation-appraisaloutline.pdf) [Traducción de E. Ghio].
- White, P. R. R. (2015). Appraisal Theory. En K. Tracy, C. Ilie, y T. Sandel (eds.), *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction* (pp. 1-7). John Wiley & Sons, Inc.
- White, P.R.R. (2011). Appraisal. En J. Zienkowski, O. Östman y J. Verschueren (eds.), *Handbook of Pragmatic Highlights 8: Discursive Pragmatics* (pp. 14-36). Amsterdam/Philadelphia: Benjamins.
- Williams, J. y Chesterman, A. (2002). *The Map: A Beginner's Guide to Doing Research in Translation Studies*. London/New York: Routledge.
- Wolf, M. (ed.). (2006). *Übersetzen – Translating – Traduire: Towards a "Social Turn"?*. Wien/Münster: LIT.
- Wolf, M. y Fukari, A. (eds.). (2007). *Constructing a Sociology of Translation*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

### Enlaces electrónicos

- Cartel de la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929. Instituto de la Cultura y las Artes, Ayuntamiento de Sevilla. Último acceso 14.04.2023 <https://icas.sevilla.org/espacios/sahp/noticias/luz-29>
- Cartel de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. Cátedra Dama d'Elx, Universidad UMH. Último acceso 14.04.2023 <http://damadeelche.me/exposicion-internacional-de-barcelona-1929/0102-1929-la-dama-de-elche-cartel-de-la-exposicion-internacional/>
- Catálogo digital del Archivo Histórico del Turismo (HAT). Último acceso 14.04.2023 <https://hist-soz.de/hat/A STD-R.pdf>
- Depósitos de la Biblioteca Nacional de España (BNE). Último acceso 14.04.2023 <http://www.bne.es/es/AreaPrensa/MaterialGrafico/TrabajoBibliotecario/LaBNEporDentro/index.html>
- Depósitos del Archivo General de la Administración (AGA). Último acceso 14.04.2023 <https://www.documentis.es/listings/archivo-general-de-la-administracion/>



- Depósitos del Archivo Histórico del Turismo (HAT). Último acceso 14.04.2023 <https://hist-soz.de/hat/archiv.html>
- Depósitos del Centro de Documentación Turística de España (CDTE). Último acceso 14.04.2023 [https://www.hosteltur.com/129027\\_viaje-a-las-profundidades-del-turismo.html](https://www.hosteltur.com/129027_viaje-a-las-profundidades-del-turismo.html)
- Diccionario Histórico de la Traducción en España. Último acceso 14.04.2023 <https://phte.upf.edu/dhte/ingles/chaucer-geoffrey/>
- Diferentes denominaciones de la *Gazeta*. Último acceso 14.04.2023 [https://www.boe.es/diario\\_gazeta/denominaciones.php](https://www.boe.es/diario_gazeta/denominaciones.php)
- DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart, hrsg. v. d. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. Último acceso 14.04.2023 <https://www.dwds.de/>
- El Cinturón de Hierro de Bilbao. Último acceso 14.04.2023 <https://www.elcorreo.com/bizkaia/cinturon-hierro-vuelve-20190228131517-nt.html>
- Escudo de Oviedo. Último acceso 14.04.2023 <https://www.sitographics.com/enciclog/provincias/source/Oviedo.html>
- Normas de transcripción paleográfica. Último acceso 14.04.2023 <https://artxiboa.mendezmende.org/es/normativas/transcripcion-paleografica.html>
- Periodos de la Historia de España en la base de datos *Gazeta*. Último acceso 14.04.2023 [https://www.boe.es/diario\\_gazeta/sobre\\_gazeta.php](https://www.boe.es/diario_gazeta/sobre_gazeta.php)
- Portada de la traducción al español de Hermann y Dorotea (1924) de J. W. Goethe, por Manuel Pérez Río-Cosa. Último acceso 14.04.2023 <https://www.abebooks.com/HERMANN-DOROTEA-POESÍAS-VARIAS-Versión-directa/20836297243/bd#&qid=1&pid=1>
- Puerta de Tierra en Cádiz. Último acceso 14.04.2023 <https://turismo.cadiz.es/es/rutas-y-visitas-en-cadiz/puerta-de-tierra>
- Radio Sefard. Gisella Ephrussi, la pintora de los intelectuales. Último acceso 14.04.2023 <https://www.radiosefarad.com/gisella-efhrussi-la-pintora-de-los-intelectuales/>
- Real Academia de la Historia. Último acceso 14.04.2023 <https://www.rah.es>

Real Academia Española. 2014. *Diccionario de la lengua española*, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.6 en línea]. Último acceso 14.04.2023 <https://dle.rae.es>

Tabernáculo de la Catedral de Cádiz. Último acceso 14.04.2023 <https://www.finasyanmar.com/2014/07/la-catedral-de-cadiz.html>

The Appraisal framework. Último acceso 14.04.2023 <https://www.grammatics.com/appraisal/>

Torre Tavira en Cádiz. Último acceso 14.04.2023 <https://www.espanaguide.com/es/cadiz/torre-tavira/>



## **12 MENCIÓN “DOCTORADO INTERNACIONAL”**

Con el fin de optar a la mención de “Doctorado Internacional”, en este apartado incluimos el resumen y las conclusiones de la tesis en alemán.

## 12.1 Zusammenfassung

Diese Dissertation untersucht die Anfänge des modernen Tourismusdiskurses in Spanien sowie die Beziehung zwischen Ideologie und *agency* im Übersetzungsprozess und in den Tourismuswerbetexten, die zwischen 1928 und 1939 von den spanischen Tourismusbehörden veröffentlicht wurden.

Im Laufe der Geschichte Spaniens wurden der Tourismus und die Internationalisierung der spanischen Tourismuswerbekampagnen durch ihre Übersetzung in verschiedene Sprachen als ideologische Marketinginstrumente des Staates genutzt.

Jeder touristische Text und seine Übersetzung enthält ein Wertesystem und repräsentiert eine Ideologie, verstanden als eine Weltanschauung, hinter der sich Machtverhältnisse zwischen verschiedenen sozialen Gruppen verbergen. Darüber hinaus werden die Schreib- und Übersetzungsprozesse der Tourismuswerbetexte von verschiedenen Beteiligten beeinflusst.

Daher das Interesse an einer empirischen Studie, die dazu beiträgt, das Wertesystem und damit die Ideologie zu erforschen, die im touristischen Diskurs in den zwischen 1928 und 1939 von spanischen Behörden herausgegebenen Publikationen zum Ausdruck kommt, sowie an der Konfiguration des Netzwerkes von den am Schreib- und Übersetzungsprozess dieser Publikationen beteiligten Agenten.

Die Konzeption eines deskriptiven, retrospektiven und qualitativen Forschungsprojekts auf der Grundlage von Feldforschung und die Anwendung eines gemischten Analysemodells (s. Kapitel 4), das auf der Verbindung von soziologischen und linguistischen Ansätzen zur Übersetzung (s. Kapitel 3) basiert, waren entscheidend, um die Ziele dieser Dissertation zu erreichen. Das Modell ermöglicht die Untersuchung der Texte aus einer textuellen und kontextuellen Perspektive.

Die vorliegende Forschung stützt sich auf zwei Arten von Materialien. Das Textmaterial (Katalog und Korpus) und das Kontextmaterial befinden sich an den folgenden Standorten:

- Historisches Archiv zum Tourismus in Berlin (Deutschland) (s. Abschnitt 4.3.1.1);
- Centro de Documentación Turística de España (spanisches Dokumentationszentrum für Tourismus) des Instituts für Fremdenverkehrsstudien in Madrid (Spanien) (s. Abschnitt 4.3.1.2);

- Archivo General de la Administración (Generalarchiv der Verwaltung) in Alcalá de Henares, Madrid (Spanien) (s. Abschnitt 4.3.1.3);
- Biblioteca Nacional de España (Spanische Nationalbibliothek) in Madrid (Spanien) (s. Abschnitt 4.3.1.4);
- Online-Datenbank Gazeta (s. Abschnitt 4.3.1.5).

Nach dieser gründlichen Archivarbeit wurde ein origineller digitaler Katalog erstellt, der zwischen 1928 und 1939 von spanischen Behörden veröffentlichte Publikationen und ihre Übersetzungen ins Deutsche enthält. Insgesamt besteht der Katalog aus 42 Publikationen (s. Katalog, Abschnitt 13.3). Aus dem digitalen Katalog wurden neun repräsentative Texte (s. Korpus, Abschnitt 13.4) ausgewählt, die zu verschiedenen Zeitpunkten des Untersuchungszeitraums (1928-1939) und zu verschiedenen Textsorten des institutionellen modernen Tourismusdiskurses gehören: die *hoja plegable* (Faltblatt), die *hoja de ciudad* (Stadtblatt), welche beide bisher noch nicht untersucht wurden, und die *folleto turístico* (Tourismuswerbebrochure). Diese zeichnen ein Bild des Tourismus zu jener Zeit.

Diese Texte bilden die Grundlage für neun Fallstudien (s. Kapitel 5, 6, 7, 8 und 9). Das gemischte Analysemodell (s. Abschnitt 4.4) gliedert sich in drei Phasen:

- 1) Kontextualisierung der Publikation (s. Abschnitt 4.4.1);
- 2) makro- und mikrotextuelle Analyse (s. Abschnitt 4.4.2);
- 3) Analyse des Wertesystems und der Ideologie, die dem Text zugrunde liegen (s. 4.4.3).

Die Phase der Kontextualisierung der Fallstudie gründet sich auf der an verschiedenen Standorten durchgeführten Feldforschung und der Lektüre von Literatur über die Geschichte des Tourismus in Spanien und die zeitgenössische Geschichte Spaniens. Außerdem werden in dieser Phase die *Actor Network Theory* (ANT) und andere soziologische Instrumente getestet, um die am Schreib- und Übersetzungsprozess beteiligten Agenten zu identifizieren und zu beschreiben.

Die Phase der makrotextuellen Analyse der Publikationen und ihrer Übersetzungen ins Deutsche basiert auf der Anwendung des Konzepts der Textsorte zur deskriptiven Analyse und Charakterisierung der typischen Textsorten von den Anfängen des modernen Tourismusdiskurses in Spanien.

Die Phase der mikrotextuellen Analyse basiert auf der Bewertungstheorie oder *Appraisal Theory* (Martin und White 2005). Mithilfe dieser Theorie werden die textuellen Interventionen und die evaluative Beteiligung des Übersetzers und anderer Agenten, die

Sender-Empfänger-Beziehung in diesen Tourismuswerbetexten und verschiedene Bewertungsmuster im modernen Tourismusdiskurs in Spanien untersucht. Besonders relevant sind hierbei die ideologischen Spuren, die die unterschiedlichen Agenten in den Ausgangstexten und Übersetzungen hinterlassen haben.

Im letzten Teil des Analysemodells, der Phase des Wertesystems und der Ideologie, wird eine "makroskopische" Perspektive eingenommen. Diese ermöglicht es, die aus den vorangegangenen Phasen (Kontextualisierung und makro- sowie mikrotextuelle Analyse) abgeleiteten Daten zu interpretieren.

Im Zusammenhang mit der Kontextualisierung der ausgewählten Tourismuspublikationen werden die Schreib- und Übersetzungspraktiken in den verlegerischen Behörden untersucht, d. h. in den Tourismusbehörden, die die Texte herausgegeben haben. Zunächst wird die Arbeit der spanischen Behörde, des Patronato Nacional del Turismo (Nationales Fremdenverkehrsamt), untersucht, welche den Grundstein für das moderne Tourismussystem in Spanien legte. Das Patronato Nacional del Turismo (PNT) ist für die Umsetzung einer modernen Veröffentlichungspolitik verantwortlich und gliedert sich in zwei aufeinander folgende Perioden: eine während der Monarchie (1928-1931) und eine während der zweiten Republik (1931-1939). Die verschiedenen Publikationen, während der Umgestaltungen des Patronato Nacional del Turismo in den Jahren seines Bestehens zeigen uns ein realistisches Abbild dieser Zeit. 1933 erfolgte, also in der Zeit der Republik, die Neuauflage der Reihe *hojas de ciudades*.

Das Patronato Nacional del Turismo hat die Tourismuskampagnen durch die Übersetzung von Werbematerial in verschiedene Sprachen internationalisiert. Diesbezüglich haben die Agenturen des PNT im Ausland eine bedeutende Arbeit geleistet. Die Agentur, die für Deutschland zuständig war, hatte ihren Sitz in München. Ihr Direktor, Prinz Adalbert von Bayern und der spanische Generalkonsul in München Francisco de Asís Caballero, waren zwei entscheidende Verbindungspersonen Spaniens in Deutschland, die an der Tourismusförderung für Spanien auf dem deutschen Markt zu dieser Zeit gearbeitet haben.

Mit dem Beginn des Bürgerkrieges 1936 veränderte sich die innenpolitische Lage in Spanien. Das Land war in zwei Teile geteilt, ein Bruch, der auch Auswirkungen auf die Behörden hatte, die ebenfalls eine Teilung erlebten. Während das Patronato Nacional del Turismo in Spanien auf der republikanischen Seite ein Teil des Propagandaministeriums geblieben war, wurde auf der Seite der Putschisten das vom Innenministerium abhängige Servicio Nacional de Turismo (SNT) unter der Leitung von

Luis Antonio Bolín gegründet. Anschließend wird in dieser Dissertation die Arbeit dieser letzten Behörde (1938-1939) untersucht. Den Höhepunkt der Tourismusförderung des Servicio Nacional del Turismo bildete das touristische Projekt *Las Rutas Nacionales de Guerra* (*Die Nationalen Kriegsrouten*). Damit wurde Spanien zum Pionier des sogenannten “Kriegstourismus” und zeigte, dass Krieg und Tourismus nicht immer unvereinbar sind (Bolí n 1967: 312).

Die Ergebnisse dieser Dissertation bestätigen, dass jede Publikation ein Produkt der jeweiligen Zeit und der mit ihr einhergehenden Umstände ist. Daher verdeutlicht jeder Text die Ideologie der dominanten Machtgruppe der jeweiligen Zeit. Es wurde auch festgestellt, dass es sich bei den Schreib- und Übersetzungsprozessen in den Behörden um Gruppenarbeit handelte, an denen verschiedene Agenten beteiligt waren. Sie haben Spuren in den textuellen und kontextuellen Forschungsmaterialien hinterlassen und dank dieser (auch ideologischer Spuren), konnten wir ihre Interventionen an den Prozessen verfolgen. Schließlich wird gezeigt, wie das Wertesystem und die Ideologie, die den Tourismuspublikationen zugrunde liegen, in den Übersetzungen ins Deutsche rekonfiguriert werden.

## **12.2 Schlussfolgerungen**

Dieses abschließende Kapitel fasst die wichtigsten Ergebnisse dieser interdisziplinären Dissertation zusammen und präsentiert die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen.

Zunächst werden die Schlussfolgerungen zur Erreichung der Haupt- und Nebenziele erläutert, welche zu Beginn dieser Arbeit formuliert wurden. Gleichzeitig wird auf Grundlage der Tatsache, dass es keine perfekten Forschungsdesigns gibt, über die Grenzen und Hindernisse, die während des Forschungsprozesses festgestellt wurden, reflektiert. Schließlich sollen Perspektiven für zukünftige Forschungen kurz dargestellt werden.

### **12.2.1 Erreichen der Ziele**

#### **12.2.1.1 Schlussfolgerungen zur verwendeten Forschungsmethodik**

Wie wir mit dieser Untersuchung bewiesen haben, war die Feldforschung in den Archiven (HAT und AGA), in der Spanischen Nationalbibliothek, im Dokumentationszentrum für Tourismus von Spanien und in der Online-Datenbank



Gazeta aus verschiedenen Gründen von grundlegender Bedeutung. Erstens ermöglichte sie uns den Zugang zum Textmaterial, d. h. zu den untersuchten Tourismuspublikationen und zum Kontextmaterial, das während des Schreib- und Übersetzungsprozesses entstand.

Zweitens hat sich die Feldforschung auch für die Autorin der Dissertation als eine sehr bereichernde, qualitative Forschungsmethode erwiesen, die ihre kritische Fähigkeit zur Untersuchung und Reflexion von Dokumenten und ihre Fähigkeit zur Anpassung an unerwartete empirische Daten, die im Laufe des Forschungsprozesses aufgetaucht sind, überprüft hat. Dies zeigt, dass diese Art der Forschung flexibel ist, sich zirkulär entwickelt hat und nicht von vornherein einem völlig starren Schema entspricht, obwohl anfänglich Leitlinien vorgegeben waren.

Andererseits sind wir rückblickend der Meinung, dass die Feldforschung unsere Handlungsfähigkeit in einigen Fällen eingeschränkt hat, da ihre Entwicklung von Faktoren abhängt, die sich der Kontrolle des Forschenden entziehen. Die Erhebung der empirischen Originaldaten war eine der zeitaufwändigsten Arbeiten. In unserem Fall wurden die Forschungsmaterialien an verschiedenen Standorten gelagert, was den Zugang zu ihnen erschwerte.

Der digitale Katalog war der Ausgangspunkt für unsere Forschung. Die Systematisierung der Sammlungsarbeit und die Organisation der gesammelten Materialien hat von Beginn der Forschung an zum Erfolg des Prozesses beigetragen. Wir sind der Meinung, dass die folgenden Phasen der Forschung gescheitert wären, wenn wir anders vorgegangen wären. Darüber hinaus war es von entscheidender Bedeutung parallel zur Erstellung des Katalogs, die Phase der Suche, des Auffindens und der Lektüre der verfügbaren offiziellen Informationen und des dokumentarischen Materials über die Behörden und ihre Schreib- und Übersetzungsarbeit zu entwickeln. Auf diese Weise konnten wir eine Analyse des historisch-touristischen Kontextes und eine Analyse der vor- und makrotextuellen Daten der Texte durchführen. Dieser Katalog stellt eine lokalisierte und einzigartige empirische Grundlage dar, die ihrerseits die dokumentarischen Sammlungen verschiedener Standorte bereichern kann.

Er ist ohne Zweifel das erste bedeutende Ergebnis dieser Forschung. Aus dem Katalog geht das Korpus (von Ausgangstexten und Übersetzungen) hervor, das aus neun Publikationen besteht, die nach festgelegten Kriterien ausgewählt wurden. Es wurde manuell entworfen, zusammengestellt und an die Interessen und Ziele einer qualitativen Forschung, wie der unseren, angepasst. Aus diesem Grund haben wir

beschlossen, die Anzahl der Publikationen des Korpus auf neun zu begrenzen, und die Fallstudie als methodische Option zu wählen.

Wir waren der Ansicht, dass eine Ausweitung der Stichprobe auf mehr Texte oder auf alle Texte des Katalogs das Ziel der Forschung völlig verfehlt hätte, und aus offensichtlichen Gründen der Zeit und der begrenzten personellen Ressourcen nicht durchführbar gewesen wäre. Die manuelle, qualitative und mikrotextuelle Analyse des Korpus war sehr mühsam. Wir haben sie deshalb durch den gelegentlichen Einsatz einiger für das quantitative Design typischer Instrumente ergänzt. So wurde es uns möglich, die aus der qualitativen mikrotextuellen Analyse gesammelten Daten zu messen und numerisch zu analysieren.

Die Fallstudie erwies sich als die realistischste und sinnvollste methodische Option, um die Ziele dieser Arbeit zu erreichen, da sie es uns ermöglichte, uns auf die neun Tourismuspublikationen zu konzentrieren, uns ihnen im Detail zu nähern und sie vollständig zu verstehen. Angesichts der Besonderheit unseres Untersuchungsgegenstandes und des Fehlens früherer ähnlicher Studien, konnten wir unsere Forschungskreativität einsetzen. In diesem Zusammenhang bestand eine der schwierigsten Aufgaben darin, alle gewonnenen Daten strukturiert, synthetisch und für den Leser verständlich darzustellen. Wir sind der Meinung, dass die Verwendung visueller Elemente (Abbildungen, Tabellen, Zahlen, verschiedene Farben und Schriftarten) eine gelungene Entscheidung war.

Schließlich sind wir der Ansicht, dass eine der Grenzen der vorgeschlagenen Methodik, obwohl sie auf empirischen Daten beruht, in der Subjektivität bei der Interpretation der Daten durch den Forscher liegt. Um diese Subjektivität zu mildern, haben wir auf die Verwendung von kontextuellen Materialien zurückgegriffen, die objektive Beweise für die untersuchte Realität liefern. Wir sind uns bewusst, dass es in unserer Forschung bestimmte Aspekte gibt, die sich nur schwer objektiv messen lassen, wie zum Beispiel die Entscheidungen der Agenten, die manchmal unvorhersehbar sind. Darüber hinaus ist bei der mikrotextuellen Analyse die manuelle Identifizierung der ideologisch aufgeladenen Bewertungen und Spuren der Agenten ein Thema, die auch der Subjektivität des Forschers unterliegt.

Wendet man die in dieser Dissertation untersuchte Thematik auf unseren Forschungskontext an, so ist die Forscherin kein isoliertes, allein handelndes Individuum, sondern eine Teilnehmerin am Forschungsprozess, die von einer nuancierten Realität umgeben ist und von internen und externen Faktoren wie ihren Spekulationen und ihrer Lebenserfahrung sowie von anderen am Prozess beteiligten

Agenten beeinflusst wird. Nach den Prämissen der auf die Übersetzung angewandten Soziologie, ist die Forschung auch eine soziale Praxis, die von verschiedenen Agenten beeinflusst wird

#### **12.2.1.2 Schlussfolgerungen zum theoretischen Instrumentarium und zum gemischten Analysemodell**

Das theoretische Instrumentarium, auf das sich diese Dissertation stützt, basiert auf der Verbindung von soziologischen und linguistischen Ansätzen zur Übersetzung, die uns geholfen hat, die Beziehung zwischen Ideologie und Übersetzung in diesem kommunikativen Kontext zu untersuchen und die zuvor festgelegten Ziele zu erreichen. Die Kombination dieser Ansätze war sehr erfolgreich, da sie uns ermöglichte, die Texte und ihre Übersetzungen aus einer textuellen und kontextuellen Perspektive zu untersuchen und das institutionelle Schreiben und Übersetzen der Tourismuswerbetexte als soziale Praxis zu betrachten, an der verschiedene Agenten beteiligt sind.

Durch die Zusammenführung dieser beiden Arten von Übersetzungsansätzen und der im Forschungsprozess angewandten Methodik, ist ein gemischtes Analysemodell entstanden, das seine Nützlichkeit und Gültigkeit bei der globalen Analyse der Stichproben des Textkorpus bewiesen hat. Somit werden wir ermutigt, es in zukünftigen Studien anzuwenden. Es wurde auch festgestellt, dass die drei Phasen des Analysemodells miteinander verbunden sind und sich gegenseitig positiv beeinflussen.

Die Phase der Kontextualisierung der Fallstudie war dank der Feldforschung, die an verschiedenen Orten durchgeführt wurde, sowie der Lektüre von Literatur über die Geschichte des Tourismus in Spanien und die zeitgenössische Geschichte Spaniens möglich. Insbesondere wurde in dieser Phase des Analysemodells die Nützlichkeit der *Actor Network Theory* (ANT) als soziologisches Instrument getestet, das erfolgreich auf Übersetzungsstudien angewandt werden kann und das Licht auf andere am Übersetzungsprozess beteiligte Agenten wirft. Darüber hinaus wurde uns durch die Analyse von Literatur und Dokumentation über den historischen und touristischen Kontext ermöglicht, Beweise mit Erklärungskraft zu liefern, die dieser Arbeit mehr Solidität verleihen.

Die Phase der makrotextuellen Analyse der Publikationen und ihrer Übersetzungen ins Deutsche basierte auf der Anwendung des Konzepts der Textsorte zur deskriptiven Analyse und Charakterisierung der für die Anfänge des modernen Tourismusdiskurses in Spanien typischen Textsorten.

Die Phase der mikrotextuellen Analyse basierte auf der Bewertungstheorie oder *Appraisal Theory* (Martin und White 2005). Diese Theorie ermöglichte uns, verschiedene Bewertungsmuster im Diskurs des modernen Tourismus in Spanien zu identifizieren und zu erkennen, wie die Stimmen in unseren Tourismustexten rhetorisch funktionieren, wobei die zwischenmenschliche Sender-Empfänger-Beziehung von grundlegender Bedeutung ist. Außerdem ist es uns gelungen, diese Beziehung zu untersuchen und die Interventionen und die evaluative Beteiligung des Übersetzers und anderer Agenten zu erkennen. Besondere Aufmerksamkeit wurde den ideologischen Spuren gewidmet, die die Agenten in Texten (Ausgangstexte und Übersetzungen) hinterlassen haben. Andererseits hat diese Dissertation gezeigt, dass die von Martin und White (2005) vorgeschlagene und von Munday (2012) umgesetzte Typologie in einigen Fällen nicht ausreicht, um diesen spezifischen touristischen und kommunikativen Kontext zu analysieren. Es war notwendig, neue Kategorien und evaluative Realisierungen hinzuzufügen, die für die sprachliche Kombination Spanisch-Deutsch und den touristischen Diskurs dieser Zeit spezifisch sind. Die Anpassung der Typologie von Martin und White (2005) an das untersuchte Material hat auch die theoretischen Grundlagen der Bewertungstheorie selbst erweitert, was von ihren Schöpfern von Anfang an angestrebt wurde.

In der letzten Phase des Analysemodells, die Phase des Wertesystems und der Ideologie, wird eine "makroskopische" Perspektive eingenommen und die aus den vorangegangenen Phasen (Kontextualisierung und makro- sowie mikrotextuelle Analyse) abgeleiteten Daten interpretiert. Das Ziel ist, dass jedem Text implizite axiologische System und die Ideologie der im untersuchten Zeitraum anwesenden Machtgruppen, ans Licht zu bringen. Darüber hinaus wurde beobachtet, wie diese Wertesysteme in den deutschen Übersetzungen rekonfiguriert werden und untersucht, ob sie während der Übersetzung eine Veränderung erfahren haben.

Die Untersuchung von Phänomenen, die die Übersetzung mit der Ideologie in Verbindung bringen, hat sich als schwierig erwiesen, da sich die Ideologie stillschweigend verbreitet. In dieser Dissertation wird *Ideologie* als eine Weltanschauung verstanden, hinter der sich Machtverhältnisse zwischen verschiedenen sozialen Gruppen verbergen. Wir sind der Ansicht, dass die Untersuchung der Übersetzung aus einer ideologischen Perspektive nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie aus einer qualitativen Perspektive erfolgt, die über die rein linguistische Textanalyse hinausgeht.

Mit dieser Arbeit erkennt und unterstreicht man die Bedeutung des Einflusses ideologischer Faktoren, die die Produktion und Rezeption des übersetzten Textes bestimmen, und man stellt den Übersetzer und die übrigen Agenten in den Mittelpunkt

der Debatte. In der Tat zeigen alle analysierten Beispiele, dass es in keinem der Fälle eine textliche Objektivität gibt, da sie alle ein Wertesystem und eine Ideologie vermitteln, die in diesem staatlichen, touristischen und kommunikativen Kontext diejenige ist, die von der vorherrschenden Machtgruppe vertreten wird.

### **12.2.1.3 Schlussfolgerungen zur historisch-touristischen Kontextualisierung**

Ein Rückblick auf die tourismusgeschichtlichen Meilensteine des Zeitraums, in dem die untersuchten Publikationen erschienen sind, hat gezeigt, dass der eigentliche Aufschwung des modernen Tourismus in Spanien erst Ende der 1920er Jahre stattfand. Anfang der 1930er Jahre nahm ein Tourismussystem Gestalt an, das die Grundlagen des heutigen enthielt und das unser Land gegenwärtig zu einem der erfolgreichsten auf diesem Gebiet macht. Die dafür verantwortliche Behörde war das Patronato Nacional del Turismo (PNT), das seit seiner Gründung im Jahr 1928 den Beginn der staatlichen Einflussnahme auf den Tourismus markiert.

Das PNT durchlief verschiedene Phasen und musste seine Strategien zur Verwaltung und Förderung des Fremdenverkehrs an die Bedingungen der jeweiligen Zeit anpassen. In diesem Sinne war es unabdingbar, die historischen, sozialen und politischen Ereignisse zwischen 1928 und 1939 zu untersuchen, da sie völlig unterschiedliche kommunikative Bedingungen mit sich brachten. Die in den Fallstudien dieser Dissertation analysierten Publikationen sind ein getreues Spiegelbild des historisch-touristischen Moments, den die Tourismusbehörde und letztlich auch Spanien erlebten. Die während der Monarchie herausgegebenen Publikationen weisen Unterschiede zu den später in der republikanischen Zeit angefertigten Publikationen auf (siehe Neuauflage der Reihe *hojas de ciudades*).

Diese Unterschiede werden noch deutlicher, wenn man die Materialien mit den Publikationen vergleicht, die während des Spanischen Bürgerkriegs (1936-1939) herausgegeben wurden. Ab diesem Zeitpunkt unterlag die Tourismusförderung den politischen Interessen der beiden gegnerischen Konfliktparteien (Republikaner und Putschisten), die die Instrumente der Tourismusförderung auch für ihre Propaganda gegen den Feind und damit für die Manipulation und Indoktrination nutzten.

Die bisher *unpolitische* Tourismusförderung des Patronato Nacional del Turismo wurde so zur politischen Propaganda der Tourismusbehörden, die während des Spanischen Bürgerkriegs betrieben wurde. Der Höhepunkt dieses „Kriegstourismus“ war zweifellos das Projekt *Las Rutas Nacionales de Guerra* (Die Nationalen Kriegsrouten) des Servicio Nacional del Turismo (SNT).

Darüber hinaus wurde festgestellt, dass die beiden untersuchten Tourismusbehörden, das Patronato Nacional del Turismo und das Servicio Nacional del Turismo, die Internationalisierung ihrer Tourismuskampagnen vorantrieben und Werbematerial veröffentlichten, das später in verschiedene Sprachen übersetzt wurde. Die von den Agenturen des PNT im Ausland geleistete Arbeit war der Schlüssel zur wirksamen Herausstellung der touristischen Qualitäten Spaniens. Wir haben insbesondere Informationen über die PNT-Agentur in München bereitgestellt, die für Deutschland zuständig war. Ihr Direktor, Prinz Adalbert von Bayern, und der spanische Generalkonsul in München, Francisco de Asís Caballero, waren in diesem Zusammenhang zwei bedeutende Verbindungspersonen in Deutschland.

Zusammenfassend hat diese Dissertation gezeigt, dass es für eine korrekte Kontextualisierung der touristischen Originalpublikationen und ihrer Übersetzungen ins Deutsche notwendig war, die Zeit, in der die Texte entstanden sind, eingehend zu untersuchen. Dies war aufgrund der bereits erwähnten umfangreichen wissenschaftlichen Dokumentations- und Feldforschungsarbeiten in verschiedenen Dokumentensammlungen möglich.

#### **12.2.1.4 Schlussfolgerungen zu den professionellen Textsorten des modernen Tourismusdiskurses in Spanien**

Das Patronato Nacional del Turismo ist die Tourismusbehörde, die für die Umsetzung einer modernen touristischen Veröffentlichungspolitik durch einen systematischen Plan für touristische Publikationen (1928-1929) verantwortlich ist.

Dieser Publikationsplan enthält originelle touristische Textsorten, die bisher noch nicht untersucht worden sind, wie z. B. die Textsorten *hoja plegable* (Faltblatt) und *hoja de ciudad* (Stadtblatt), die die Konzeptualisierungen der Realität des Tourismus zu jener Zeit darstellen. Mit dieser Arbeit wurde nachgewiesen, dass diese Textsorten mit dem soziokulturellen Kontext zusammenhängen, in dem sie entstanden sind, und dass jede Publikation auf spezifische Bedürfnisse reagiert.

Die deskriptive Analyse der extratextuellen und textuellen Parameter der Publikationen, die zu diesen beiden Textsorten gehören, hat gezeigt, dass sie Ähnlichkeiten und Unterschiede zu den Textsorten des aktuellen touristischen Diskurses, aber auch zu den ersten veröffentlichten Reiseführern aufweisen (Calvi 2016: 16). Die Textsorte *folleto turístico* weist mehr Ähnlichkeiten mit der entsprechenden Textsorte von heute auf.

Die drei in dieser Dissertation vorgestellten Textsorten beschreiben und bewerben touristische Ziele und sind institutionelle Textsorten, die ihren Ursprung in den Tourismusbehörden, dem PNT und dem SNT, haben. Diese hatten das Ziel, das Image Spaniens zu festigen oder zu positionieren und agierten nicht allein, sondern hinter ihnen standen die nationalen Regierungen der einzelnen Zeitabschnitte, wie wir in den vorangegangenen Kapiteln gezeigt haben.

Wir konnten auch die These von Calvi (2016: 24) bestätigen, dass die Grenzen zwischen den Tourismustextsorten manchmal nicht klar definiert sind. Es wurde eine gewisse Tendenz zur Hybridisierung unter den Publikationen beobachtet, die während der Zeit der Monarchie entstanden sind.

Es hat sich auch gezeigt, dass der Tourismus eine sich ständig weiterentwickelnde, von verschiedenen beruflich- und sozialen Parametern beeinflusste, Industrie ist und dass die Profile der Tourismustextsorten im Laufe der Zeit neu definiert wurden. Einige Textsorten verschwanden und es entwickelten sich andere durch die Entstehung neuer Verhältnisse. Sowohl die *hoja plegable* als auch die *hoja de ciudad* sind Textsorten, die nicht mehr im Umlauf sind und die wir als historische Fakten untersucht haben. Bisweilen haben wir Aspekte des modernen Tourismusdiskurses mit aktuellen Werkzeugen und Perspektiven untersucht, was eine Anpassung dieser an unseren Untersuchungsgegenstand erforderlich machte. In diesem Sinne haben die von Calvi (2010) und Dann (1996) vorgeschlagenen Klassifizierungen von Textsorten einige Einschränkungen aufgewiesen.

Hinsichtlich der kommunikativen Funktionen, die in den drei untersuchten Textsorten am stärksten hervortreten, überwiegt bei den *hojas plegables* die informative Funktion, bei den *hojas de ciudades* die informative und präskriptive Funktion und bei der *folleto turístico* die persuasive Funktion. Andererseits haben wir festgestellt, dass die persuasive Funktion in allen Texten, mehr oder weniger stark, vorhanden ist, da sie letztlich immer darauf abzielen, den Empfänger zu überzeugen. Der Empfänger ist auch ein zukünftiger Kunde und wir haben ihn als *lector-visitante* (lesender Besucher) oder *lector-turista* (lesender Tourist) bezeichnet. Im Falle der *folletos turísticos La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* und *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* geht es auch darum, den *lector-turista* ideologisch zu überzeugen.

Schließlich war die Analyse der Textsorte der Publikationen des Korpus für die Forschung sehr nützlich, da sie es uns ermöglicht hat, eine Erkenntnis über die Struktur jeder Publikation zu erhalten.

#### **12.2.1.5 Schlussfolgerungen zum Schreiben und Übersetzen von Tourismuswerbetexten innerhalb der spanischen Behörden zwischen 1928 und 1939**

Dank der Informationen, die das während der Feldforschung gesammelte Kontextmaterial liefert und einer umfangreichen zusätzlichen Dokumentationsarbeit, ist es uns gelungen, das Schreiben und Übersetzen von Tourismuswerbetexten innerhalb der zwischen 1928 und 1939 bestehenden spanischen Behörden, dem Patronato Nacional del Turismo und dem Servicio Nacional del Turismo, empirisch und soziologisch zu untersuchen.

Erstens konnten wir klären, wie sich das Schreiben und Übersetzen der Tourismuswerbetexte in den Behörden des Untersuchungszeitraums gestaltete. In der Zeit der Monarchie richtete das PNT ein Verlagszentrum ein, um so schnell wie möglich und in bestmöglicher Qualität illustrierte Publikationen in mehreren Sprachen herauszugeben, die zu Reisen durch Spanien einladen sollten. Die Sección de Publicaciones (Abteilung für Veröffentlichungen) war für die Erstellung der Publikationen verantwortlich. Für die Übersetzung des Werbematerials in verschiedene Sprachen war bis zur Umstrukturierung des PNT im Jahr 1930 die Negociado de Interpretación de Lenguas (Büro für Sprachdolmetschen) zuständig. Dieses Büro verfügte über Mitarbeiter, die aus dem Spanischen, Französischen, Englischen, Deutschen und umgekehrt übersetzten. Nach der Eingliederung des PNT in den Staatshaushalt, während der republikanischen Neuauflage der Reihe *hojas de ciudades*, gibt es Belege dafür, dass Übersetzungsdienste in Auftrag gegeben wurden.

Ein weiterer wichtiger Punkt dieser Untersuchung ist die grafische Darstellung durch Karten und die Beschreibung der Produktionsnetzwerke der Publikationen in spanischer Sprache und deren Übersetzung ins Deutsche auf der Grundlage der *Actor Network Theory*. Die visuelle Darstellung der Netzwerke erfolgte durch geometrische Formen wie Rechtecke (menschliche Agenten) und Dreiecke (nicht-menschliche Elemente) in unterschiedlichen Farben und Formaten, was es dem Leser ein leichtes Verständnis ermöglicht. Das Fehlen von Linien zwischen einigen Elementen des Netzes nicht, dass es keine Beziehungen zwischen ihnen gibt, sondern, dass diese Verbindungen noch nicht erforscht wurden oder möglicherweise nie erforscht werden können. Andererseits haben die Karten ihre Grenzen, da sie den Kontext, in dem die untersuchten Tourismusbehörden und ihre Übersetzer arbeiteten, nicht umfassend darstellen, sondern als Instrumente zur Beschreibung und Rekonstruktion der



Produktionsnetzwerke der Ausgangstexte und ihrer deutschen Übersetzungen zu verstehen sind.

Die Netzwerke, welche wir mit der größten Genauigkeit rekonstruiert haben, sind jene, die vom Patronato Nacional del Turismo als zentralem Punkt ausgehen. Insbesondere verfügen wir über solide Daten, mit denen wir das Produktionsnetz der Übersetzung ins Deutsche der republikanischen Neuauflage der Reihe *hojas de ciudades* vom Patronato Nacional del Turismo im Jahr 1933 sehr detailliert beschreiben können. Das Kontextmaterial hat uns ermöglicht, aus erster Hand zu erfahren bzw. mit großer Präzision zu eruieren, wie der republikanische Neuauflageprozess konzipiert war. Wir konnten den Prozess in verschiedene Phasen unterteilen, die Interventionen der Agenten in diesen identifizieren und herausfinden, wer die Hauptagenten waren, die das Endprodukt gestalteten (Andújar Moreno 2019: 37).

Aufgrund der Umstände, unter denen die Tourismuswerbebrochure *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* und ihre Übersetzung ins Deutsche entstanden sind, und der kurzen Lebensdauer des Servicio Nacional del Turismo, verfügen wir jedoch nicht über so genaue Daten über das Produktionsnetzwerk der Broschüre. Die Beschreibung dieses Netzes beruht daher ausschließlich auf Hypothesen.

In diesem Sinne können wir feststellen, dass der Forscher das Netzwerk der am Prozess Beteiligten umso genauer rekonstruieren kann, je mehr kontextbezogene Daten während der Feldforschung gesammelt werden. Daraus leiten wir ab, dass die Sammlung von Kontextmaterial von drei Faktoren abhängt: Von der für die Forschung zur Verfügung stehenden Zeit, von den personellen Ressourcen, die einem zur Verfügung stehen (ein einzelner Forscher oder ein Forschungsteam), und von der Gründlichkeit, mit der die verlegerischen Behörden den gesamten Prozess selbst administrativ archiviert haben. Wir möchten daher den Verantwortlichen des Patronato Nacional del Turismo für ihre hervorragende Arbeit bei der Nachverfolgung und Archivierung der Informationen danken. Diesbezüglich sind wir aber auch veranlaßt, über den Mangel an Forschung über retrospektive Übersetzungsprozesse zu reflektieren.

Dank der von den verschiedenen Beteiligten hinterlassenen Textbelege im Kontextmaterial und durch die Rekonstruktion der Produktionsnetzwerke der Ausgangstexte und ihrer deutschen Übersetzungen haben wir "versteckte" Agenten entdeckt, die wir vorher nicht sehen konnten. Diese empirische und retrospektive Arbeitsweise hat die Forschung erschwert, da keine Zeitzeugen mehr befragt werden können. Aus diesem Grund haben wir neben der Erkundung von Kontextmaterial auf

Internetrecherchen zurückgegriffen, um persönliche und berufliche Daten zu den Agenten erhalten haben, die für diese Untersuchung relevant sind.

Im Netzwerk der republikanischen Neuauflage der *hojas de ciudades* haben wir festgestellt, dass die Gisela Ephrussi, die in der republikanischen Zeit für das PNT arbeitete, eine *unsichtbare Übersetzeragentin*<sup>256</sup> war. Ihre Arbeit wurde aber sichtbar während der republikanischen Neuauflage durch ihre Korrekturen und Anmerkungen auf den *pruebas de impresión* (Druckfahnen) und die *montajes* (Zusammenstellungen) der ins Deutsche übersetzten und von der Republik neu herausgegebenen *hojas de ciudades*. Wir konnten nachweisen, dass sie eher als *überprüfende*, denn als *ausführende Übersetzerin* fungierte (Jansen und Wegener 2013: 24-26), da die republikanische Neuauflage der deutschen Übersetzungen eher eine Überarbeitung bereits übersetzter Texte als eine Übersetzung war.

Ein weiterer "versteckter" Agent in diesem Netzwerk war der Beamtenagent Manuel Pérez Río-Cosa, Leiter der Abteilung für Veröffentlichungen des PNT, der selbst Übersetzer war. Manuel Pérez Río-Cosa war der Verantwortliche, der die Arbeit des Übersetzers im Namen des PNT abzeichnete und die endgültige Fassung an die Druckerei schickte. Auch der Ehemann von Gisela Ephrussi, Alfredo Bauer, erwies sich als einer der wichtigsten Teilnehmer des Netzwerks, der etwa andere Teilnehmer rekrutieren konnte.

Darüber hinaus haben wir gezeigt, dass die Republik für die Neuauflage der *hojas de ciudades* professionelle Übersetzer beauftragt hat. Für die Neuauflage aller deutschen Übersetzungen wurde Gisela Ephrussi, für die englischen Übersetzungen A. Balbuena und für die französischen Übersetzungen Carmen Pardo Valcárcel verpflichtet.

Die Rolle der Tourismusbehörden variiert je nach historischem und politischem Zeitraum. In allen Fällen wurde festgestellt, dass in einem institutionellen Kontext die Tourismusbehörde (PNT oder SNT) *ausführende*, *deklarative* und *überprüfende* Funktion hat (Jansen und Wegener 2013: 23-24). Der Tourismusbehördeagent hat den höchsten Grad an Handlungsfähigkeit im Schreib- und Übersetzungsprozess. Die anderen Agenten sind ihm stets untergeordnet.

Wir gehen davon aus, dass das PNT nicht autonom agierte, sondern von den Regierungsagenten Spaniens beeinflusst wurde, die zu dieser Zeit die dominierende

---

<sup>256</sup> Die Autorin dieser Dissertation schlägt diese Terminologie vor. Das gleiche gilt für: *Beamtenagent*, *Tourismusbehördeagent*, *Regierungsagent* und *Autoragent*.

politische Machtgruppe darstellten. Diese besaß ein Wertesystem und vertrat eine bestimmte Ideologie, nicht unbedingt in Übereinstimmung mit der spanischen Bevölkerung. Das ideologische Ziel des PNT bestand darin, bestehende Vorurteile über Spanien im Ausland abzubauen und die spanische Gesellschaft als modern und offen für den Fortschritt darzustellen. Diese Vision des Tourismus war die Kreation der Regierung und spiegelte nicht unbedingt die damalige spanische Gesellschaft wider, die vielleicht nicht so modern und fortschrittlich war, wie sie dargestellt wurde.

In Bezug auf die politische Macht während des Spanischen Bürgerkriegs konnte das SNT, wie zuvor schon das PNT, nicht unabhängig agieren, da sie als Tourismusbehörde den Regierungsagenten der Putschisten untergeben war, die zu dieser Zeit die dominierende Machtgruppe in einem Teil Spaniens bildeten. Das Wertesystem und die Ideologie der Regierung der Putschisten stimmten auch nicht mit denen eines Teils der spanischen Bevölkerung überein. Im "anderen Spanien" stellte die legitime republikanische Regierung die andere dominante Machtgruppe dar mit einem Wertesystem, das dem der Regierung der Putschisten völlig entgegengesetzt war.

Die Beamten und Angestellten der Tourismusbehörden hatten nur geringe Möglichkeiten, den Prozess zu beeinflussen, da sie als Vertreter des spanischen Staates fungierten. Zu den in den Behörden tätigen Personen, gehörten die Übersetzer des Büros für Sprachdolmetschen.

Die Fallstudien zu den vom PNT veröffentlichten Texten zeigten, dass die Übersetzer, obwohl sie in den Text eingreifen, das ursprüngliche kulturelle System für den deutschen *lector-visitante* (lesenden Besucher) sichtbar halten. Der Übersetzer orientiert die Normen in seiner Entscheidungsfindung an der Ausgangskultur (*adequacy principle* nach Toury 1980, 1995/2012) und bringt dem Leser den Ausgangstext, die Sprache und die Kultur näher, was unserer Meinung nach eine gewisse Distanz zum deutschen Leser impliziert. Damit erfüllt der Übersetzer nicht die Kriterien des *translation pact*, auf den sich Alvstad (2014: 281) bezieht, was bedeutet, dass sich der deutsche Leser durchaus bewusst ist, dass er eine Übersetzung liest. Diese Entscheidung spiegelt vielleicht eine der Grenzen der Handlungsfähigkeit des Übersetzers wider: Seine Unsicherheit, wenn es darum geht, eine freiere, an die Zielkultur angepasste Übersetzung zu erstellen. Ein weiterer Grund für diese Entscheidung ist das bestehende Machtgefälle zwischen den verschiedenen Teilnehmern des Textproduktionsnetzwerks, d. h. die Handlungsfähigkeit des Übersetzers wird durch das PNT beschnitten. Dieses Ergebnis lädt dazu ein, über die Merkmale der von Behörden produzierten Textsorten nachzudenken, in denen die *agency* (Agentenschaft) der anderen Mitglieder des Netzwerks (der Übersetzer, aber auch der Autoren der Ausgangstexte) derjenigen der

Behörde untergeordnet ist, die der Herausgeber der Veröffentlichung ist und die ihrerseits eine dominante Machtgruppe darstellt.

Bei der republikanischen Neuauflage war die Übersetzerin keine Angestellte des öffentlichen Dienstes mehr, so dass wir glauben, dass sie möglicherweise mehr Einfluss auf den Prozess nehmen konnte als die Übersetzer des Büros für Sprachdolmetschen, die als Vertreter der spanischen Verwaltung fungierten.

Was den Autoragenten betrifft, so haben wir in der Fallstudie zum *hoja plegable Los jardines de España-TO* seine große Einflussmöglichkeit auf den Schreibprozess und auch auf den Übersetzungsprozess nachgewiesen. Wir haben festgestellt, dass die Autoren der Ausgangstexte, die über mehr Bekanntheit und Glaubwürdigkeit verfügten, mehr Handlungsspielraum hatten und mehr Einfluss auf den Schreibprozess und auch auf Übersetzungsprozess ausübten.

Was die Einflußmöglichkeit des Übersetzeragenten und des Autoragenten im Servicio Nacional del Turismo angehen, so war ihre Handlungsfähigkeit durch die totale Kontrolle der Veröffentlichungen und Übersetzungen durch die Regierung der putschistischen Seite, deren Ziel die Errichtung eines diktatorischen Regimes war, stark eingeschränkt. In der mikrotextuellen Analyse der deutschen Übersetzung von *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* haben wir diese Frage untersucht und sind zu dem Schluss gekommen, dass der Übersetzeragent das Wertesystem der Putschisten und den propagandistischen Zweck dieses Textes unterstützt: Das öffentliche Bild der putschistischen Seite zu formen und ihre Handlungen vor der internationalen Öffentlichkeit zu rechtfertigen. Der Übersetzer entscheidet sich dafür, zugunsten des Systems zu handeln, da ein anderes Vorgehen Konsequenzen für ihn gehabt hätte.

Abschließend lässt sich feststellen, dass der Regierungsagent über dem Tourismusbehördeagenten steht und dass sein Eingreifen in die Prozesse auf makro- und mikrotextueller Ebene sichtbar ist, vor allem in der republikanischen Neuauflage der *hojas de ciudades*. Während der Zeit der Republik besteht ein Interesse daran, den Agenten “Spanische Republik” gegenüber dem Tourismusbehördeagenten (PNT) hervorzuheben. Diese Stärkung seiner Position als Autorität impliziert, dass die Position des Autors der Texte expliziter der politischen Macht untergeordnet wird, obwohl wir glauben, dass dies auch in der vorherigen Phase der Fall war. So wäre das PNT in der Zeit der Republik der *ausführende Autor*, der *überprüfende Autor* und der *sekundäre deklarative Autor* oder *co-deklarative Autor*, da es als verlegerische Behörde auftritt, aber im Hintergrund agiert (Jansen und Wegener 2013: 23-24). Der *primäre deklarative Autor* wäre die Spanische Republik.

Schließlich lässt der institutionelle touristisch-kommunikative Kontext selbst vermuten, dass diese Fälle eher auf das von Latours ANT befürwortete Paradigma der Zusammenarbeit zwischen den Teilnehmern hinweisen, als auf das von Bourdieus Gesellschaftstheorie vorgeschlagene Paradigma des Wettbewerbs, obwohl zwischen den Mitgliedern der Netzwerke hierarchische Beziehungen bestanden und die Handlungsfähigkeit der weniger mächtigen Teilnehmer (Ausgangstexte-Autoren und Übersetzer) durch die der Mächtigsten (PNT und SNT und die jeweiligen Regierungen) beeinträchtigt wurde. Der historische Moment und das Ziel der Initiatoren der Übersetzungsprojekte erforderten dies. Ein objektiver Beweis dafür ist die Geschwindigkeit, mit der das PNT und das SNT die Tourismuspublikationen auf Spanisch verfassten und ins Deutsche übersetzten. Wir schließen daraus, dass die Kommunikation zwischen den Tourismusbehörden und den anderen Agenten in den Netzwerken reibungslos verlief und allen die Arbeit erleichterten. *Suspensionsphasen* (Jansen 2017: 140-156) konnten wir bei keinem der Prozesse ausschließen.

Im Fall der Erstellung und Übersetzung der Tourismuswerbebroschüre *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* deutet der Kontext, in dem dieses Werbematerial erstellt wurde, ebenfalls auf ein Paradigma der Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten hin. Wenn auch nicht freiwillig, sondern weil ein anderes Vorgehen schwerwiegende Folgen für sie hätte haben können. In allen vorgestellten Fallstudien, vor allem aber in dieser letzten, haben wir beobachtet, dass die Übersetzer nicht völlig frei handeln und dass sie auch von anderen Agenten *manipuliert* werden, wie es die Manipulationsschule behauptet (Chesterman 1997: 39).

In diesem Beitrag haben wir die verschiedenen Stimmen nachgezeichnet, die sich in dem Kontextmaterial *manifestieren*, das während des Schreib- und Übersetzungsprozesses der Publikationen entsteht. Die wichtigsten *kontextuellen Stimmen* (Alvstad und Assis Rosa 2015: 3-4) sind die Stimmen des Übersetzeragenten und des Autoragenten. Andere kontextuelle Stimmen sind die des PNT und des SNT und der Agenten, die in diesen Behörden arbeiten. Dank der mikrotextuellen Analyse der Publikationen haben wir gezeigt, dass der Übersetzeragent sich in den endgültigen Texten manifestiert, in die er eingreift, indem er Änderungen, Auslassungen oder Hinzufügungen von Informationen vornimmt, so dass er auch eine textuelle Stimme ist. Im Fall der von der republikanischen Neuauflage der *hojas de ciudades* ist die Stimme des Regierungsagenten (Spanische Republik) auch eine sichtbare *textuelle Stimme* im endgültigen Text (Ausgangstext und Übersetzung).

Schließlich tragen die Ergebnisse dieser Dissertation dazu bei, den Mythos des einsamen Übersetzers zu entkräften, der den Übersetzer als alleinigen Verantwortlichen

für die Übersetzung ansieht, und dienen dazu, eine reale Konfiguration von der *multiple translatorship* (Jansen und Wegener 2013) und der *plurivocality* der Übersetzungen (Bassnett 2017) aufzuzeigen.

#### 12.2.1.6 Schlussfolgerungen zu den mikrotextuellen Analysen

Zweifelsohne ist jede Veröffentlichung ein Produkt ihrer Zeit und entspricht daher spezifischen Bedürfnissen. Mit anderen Worten, die touristische Werbung für die Insel Mallorca im Jahr 1929 als Reiseziel für Sonne und Strand, Stadt- und Landtourismus ist nicht dieselbe wie die touristische Werbung für die nördliche Kriegsroute im Jahr 1938, inmitten eines Krieges, der das Land spaltete. Diese Schlussfolgerung beweist, wie wichtig es ist, den Kontext, in dem der Text veröffentlicht wurde, genau zu kennen, um bestimmte Phänomene zu erklären, die bei den mikrotextuellen Analysen beobachtet wurden.

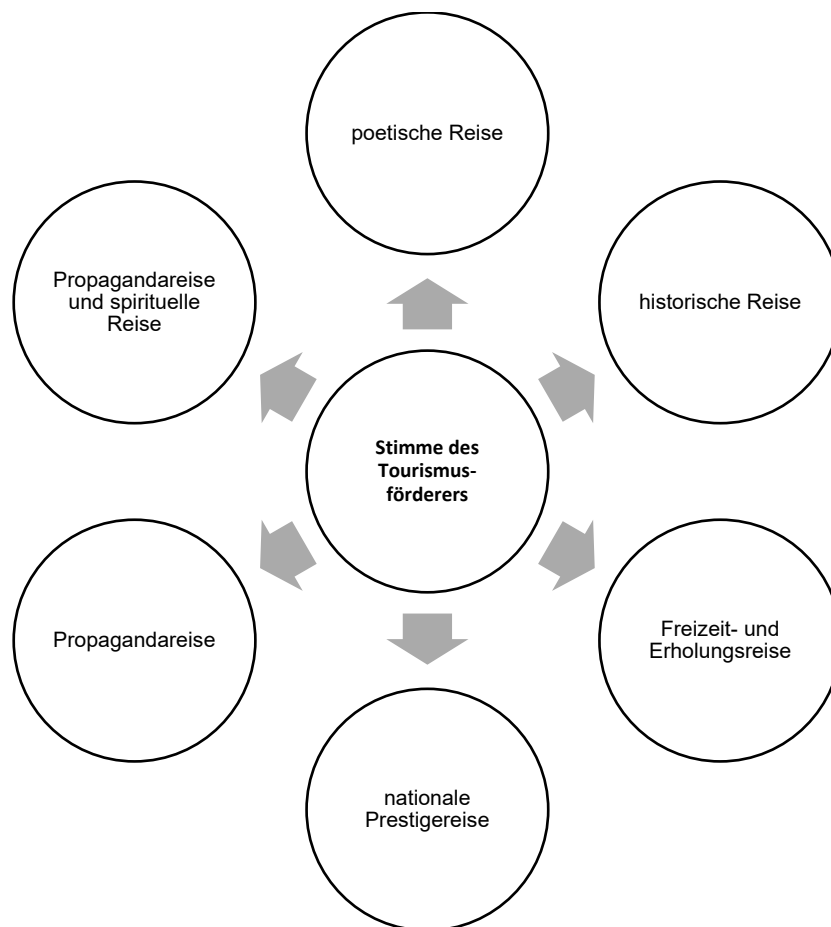
Nach Martin und White (2005) und unseren Untersuchungsergebnissen schaffen Tendenzen in der Verwendung von evaluativen Ressourcen (*attitude*, *engagement* und *graduation*) in Texten desselben Diskurses einen *evaluativen Stil* oder eine *textuelle Stimme* (Munday 2012). Ebenso wurde konstatiert, dass im Diskurs über die Anfänge des modernen Tourismus in Spanien die Stimme des Tourismusförderers vorherrschte, die sich durch zahlreiche, direkte Äußerungen über die touristischen Produkte auszeichnet, was wir angesichts der Tatsache, dass es sich um eine Textsorte dieser Art handelt, für logisch halten.

Die gewonnenen Daten haben es uns außerdem ermöglicht, bisher unsichtbare Aspekte ans Licht zu bringen und zu bestätigen, dass diese Publikationen nicht nur für den Tourismus werben, sondern auch für ein Wertesystem und somit die Ideologie einer dominanten Machtgruppe vermitteln. Als Grundpfeiler zur Stützung ihres Wertesystems bedienen sich die Autoren der Ausgangstexte bewusst ausgewählter Assoziationen, deren Verständnis einen gewissen kulturellen Hintergrund auf Seiten des Lesers und des Übersetzers voraussetzt. Dabei gehen die Autoren der Ausgangstexte davon aus, dass der Empfänger ein für die damalige Zeit gebildeter Leser ist. Außerdem *investieren* die Autoren durch die Verwendung von Graduierungen in bestimmten Positionen und benutzen hybride Realisierungen, die verschiedenen Kategorien angehören. Sie verwenden auch gestuftes *engagement* (meist Empfehlungen) und deiktische Positionsindikatoren.

Die Stimme des Tourismusförderers kann verschiedene Nuancen aufweisen, die zu unterschiedlichen touristischen Reisen einladen (s. Abbildung 28). Mit anderen

Worten, der Werbezweck des Textes beeinflusst die Verwendung der evaluativen Ressourcen, die in der Textstimme zu beobachten sind. So verwendet die Stimme des Tourismusförderers zahlreiche indirekte Realisierungen von *attitude* (Assoziationen und figurative Sprache) bis hin zu expansiven Heteroglossien, wenn er zur poetischen Reise durch die Gärten Spaniens einladen will. Die Stimme des Tourismusförderers hingegen äußert sich durch gestufte indirekte Realisierungen von *attitude* über kontraktive Heteroglossien bis hin zu deiktischen Positionsindikatoren, wenn er zur propagandistischen Reise durch das *Nationale Spanien* einladen will. Diese Merkmale veranlassen uns, den Einfluss der am Schreibprozess beteiligten Agenten im Spanischen zu berücksichtigen. In diesem Sinne wäre die *poetische* Textstimme von den berühmten Schriftstellern beeinflusst, die von dem monarchischen PNT angeheuert wurden, und hinter der *propagandistischen* Textstimme stünde der Regierungsagent der putschistischen Seite.

**Abbildung 28. Die Stimme des Tourismusförderers in den Anfängen des modernen Tourismusdiskurses**



Was die deutsche Übersetzung touristischer Publikationen betrifft, so versucht der Übersetzer in allen Fällen, dem übersetzten Text seinen Stempel aufzudrücken, die Konfiguration der ursprünglichen Autorenstimme zu imitieren und das Wertesystem des Textes zu verstärken. Die Ausnahmefälle, in denen wir einen gewissen Verlust an axiologischer Intensität beobachtet haben, liegen auf der Ebene der *attitude* und der *graduation*.

Im Allgemeinen sind die größten Unterschiede zwischen den Ausgangstexten und deren Übersetzungen auf der Ebene des *engagement*, der *graduation* und der deiktischen Position zu finden, wo der Übersetzer dazu neigt, die Rolle der Behörde als Autorität zu betonen. Darüber hinaus bestätigen wir die Hypothese von Munday (2012: 64), der behauptet, dass die indirektesten Äußerungen von *attitude* am schwierigsten zu verstehen und daher auch am schwierigsten zu übersetzen sind.

Schließlich konnten wir dank der mikrotextuellen Analyse das Profil des Lesers, an den die Texte gerichtet sind, projizieren. Die Autoren und Übersetzer der Texte haben Hinweise auf die drei Arten von Empfängern der Texte hinterlassen.

Der Erste ist der spanische Leser, der den Text wohlwollend liest, sich für das beworbene Produkt interessiert und es, wie wir glauben, auch besuchen möchte. Die Stimme des Autors geht davon aus, dass dieser Empfänger mit den Werten und Aussagen des Ausgangstextes einverstanden ist. Wir glauben, dass diese Interpretation logisch ist, da niemand einen Ort besuchen würde, von dem er *a priori* glaubt, dass er ihm nicht gefällt.

Der Zweite ist der Übersetzer des deutschen Textes, der eine taktische Lektüre des Textes durchführt, bevor er ihn übersetzt, um die Aspekte auszuwählen, von denen er weiß, dass sie für den Leser nicht relevant sind. Es ist erwähnenswert, dass die Übersetzerin der deutschen Fassungen der republikanischen *hojas de ciudades*, Gisella Ephrussi, ebenfalls eine *resistant* Lektüre des republikanischen Ausgangstextes und des monarchischen Zieltextes vorgenommen hat.

Der dritte Empfänger ist der deutsche Leser. Der Übersetzer hat sich dafür entschieden, diese *compliant* Lesart noch mehr zu begünstigen. Im Falle der Tourismuswerbebroschüren *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* und *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* achtet der Autor darauf, einen viel deutlicheren *compliant* Leser – auch aus ideologischer Sicht – als in den vorangegangenen Texten zu schaffen. Wenn es um die Tourismuswerbebroschüre *La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO* geht, schafft der Autor einen *compliant* Leser aus politischer und religiöser Sicht.



Schließlich entsprechen alle Entscheidungen des Übersetzers, die in der übersetzten Autorenstimme zu beobachten sind, dem Versuch, den Text weniger schwierig zu gestalten, ihn zu vereinfachen und für den deutschen Leser leichter lesbar zu machen. Dies bestätigt die Hypothese von House (2011: 189, zitiert in Munday 2012: 64), die argumentiert, dass Deutsch eine Sprache sei, die dazu neige, inhaltsorientiert, direkt und explizit zu sein. Die Anweisungen in dem Dokument *Orientaciones sobre la propaganda del turismo alemán hacia España (Richtlinien zur Werbung für den deutschen Tourismus in Spanien)* (30. Juni 1928) bestätigen auch diese Tatsache. In diesen Anweisungen wurde ein deutscher Tourist beschrieben, der sich gerne durch touristisches Material informierte, das offiziell von den spanischen Behörden herausgegeben wurde und in seiner eigenen Sprache verfasst war.

### 12.2.2 Perspektiven zukünftiger Forschung

Die hier vorgestellten Ergebnisse und Schlussfolgerungen sind das Resultat unserer bisherigen Forschung, denn eine Dissertation ist naturgemäß eine begrenzte Untersuchung.

Diese Arbeit ist nicht der Endpunkt, sondern es werden neue Forschungswege eröffnet, die uns helfen würden, einige der Einschränkungen der vorliegenden Untersuchung zu überwinden und die Studie über die Beziehung zwischen Ideologie, *agency* und institutioneller Tourismusübersetzung zu vertiefen. Im Folgenden sollen die Aspekte dargestellt werden, die unser größtes Interesse erwecken.

Es bleibt für die Zukunft, die Vorteile des Katalogs zu nutzen und das Korpus mit anderen Tourismuspublikationen zu erweitern, um die Forschung empirisch besser zu untermauern.

Wir schlagen auch die Erstellung weiterer Korpora mit in andere Sprachen übersetzten Publikationen vor, die es uns ermöglichen würden, mehr über die Prozesse der institutionellen Tourismusübersetzung in diesem besonderen kommunikativen Kontext zu erfahren und einige Verallgemeinerungen vorzunehmen. Uns ist bekannt, dass das Archivo General de la Administración (Generalarchiv der Verwaltung) englische und französische Übersetzungen von Texten besitzt, die zu den hier untersuchten Textsorten gehören. In diesem Sinne möchten wir die in dieser Untersuchung erzielten Ergebnisse vergleichen und unser gemischtes Analysemodell auf englische und französische Übersetzungen anwenden.

Darüber hinaus wäre es besonders interessant, die Beziehungen zwischen einigen Agenten in den Netzwerken, die wir nicht so genau rekonstruieren konnten, genauer zu untersuchen, wie z. B. die des Produktionsnetzwerkes der Tourismuswerbebroschüre *La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO* und ihrer deutschen Übersetzung (1938). Dies würde es uns ermöglichen, ein tieferes und genaueres Verständnis dafür zu erlangen, wie die Prozesse abliefen und welche Teilnehmer möglicherweise die größte Macht hatten, sie zu beeinflussen.

Auf ähnliche Art und Weise möchten wir auch die Produktionsnetzwerke der republikanischen Neuauflage der ins Englische und Französische übersetzten *hojas de ciudades* (1933) erforschen und das Leben und Werk der Übersetzer A. Balbuena und Carmen Pardo Valcárcel untersuchen, die diese Neuauflagen anfertigten.

Es bleibt eine Aufgabe zukünftiger Forschung, die Gültigkeit der Anwendung unseres gemischten Analysemodells auf andere Textsorten zu überprüfen. So möchten wir das Analysemodell auf andere Tourismustextsorten anwenden, die von den hier untersuchten Tourismusbehörden generiert wurden, wie z. B. die journalistischen Artikel der Tourismuspropaganda, die vom Patronato Nacional del Turismo 1933 veröffentlicht und übersetzt wurden. Diese Textsorte wurde bereits in einer anderen Arbeit vorläufig untersucht (siehe Valdenebro Arenas 2022: 479-498). Außerdem beabsichtigen wir, die professionellen Textsorten der Sprache des Tourismus in den heutigen Behörden zu analysieren, die Ergebnisse mit denen der vorliegenden Studie zu vergleichen und diachron die Entwicklung des modernen institutionellen Tourismusdiskurses von seinen Anfängen bis zur Gegenwart zu untersuchen.

Eine weitere Forschungsrichtung, die von einem Team erfolgreich entwickelt werden könnte, wäre schließlich die Anwendung quantitativer Datenanalysetechniken auf unsere empirischen Grundlagen, was die Triangulation der Daten, d.h. eine kombinierte Nutzung qualitativer und quantitativer Instrumente, begünstigen würde.



## **13 ANEXOS**

### **13.1 Anexo I**

La documentación aquí recogida hace referencia al apartado 2.1.3.3 *La promoción turística del Patronato Nacional del Turismo en Alemania* y procede del Archivo General de la Administración situado en Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.550.

Escrito realizado por el consulado de España en Alemania y remitido al Patronato Nacional del Turismo en Madrid (España)

Orientaciones sobre la propaganda del turismo alemán hacia España (30 de junio de 1928)

ORIENTACIONES SOBRE LA PROPAGANDA DEL TURISMO ALEMAN HACIA ESPAÑA.

Alemania es una nación eminentemente turista, tanto por cuanto al turismo interior se refiere como respecto a las corrientes hacia el extranjero. Centenares de millares de alemanes atraviesan anualmente las fronteras de su país, ávidos los unos de sol y clima mas templado y dulce que el de su patria, y en busca otros de emociones estéticas y de todo orden en los mas diversos países.

El núcleo acaso mas importante del turismo alemán hacia el extranjero -mas importante respecto a su número- se ha dirigido desde tiempo inmemorial preferentemente hacia Italia. Interrumpido por la guerra europea dicho movimiento, se reanudó con vigor insospechado despues de ella, es decir, en cuanto las circunstancias económicas del pueblo alemán lo permitieron. Se cuentan, en efecto, por millares los alemanes que gozando de un modesto salario o sueldo, pasan todo el año ahorrando parte del mismo a fin de poder conocer algún país extranjero en la época de sus vacaciones. Ahora bien despues

-2-

de la guerra europea el movimiento del turismo alemán hacia el extranjero no ha seguido exactamente la misma dirección que antes de dicho conflicto. En efecto, razones de índole política a la vez que sentimental le hacia evitar países que antes atraian gran parte de dicho movimiento. Y así, el turismo hacia Italia, especialmente despues de ciertas apreciaciones por parte de la opinión de dicho país sobre el turista alemán, empezó a buscar otra salida de carácter, o mejor dicho de ambiente y color análogos. Y desde luego, el primer país que con tales condiciones se ofrecia, era España, país al cual Alemania tambien por razones sentimentales se hallaba unida con estrecha gratitud.

Ejemplos del inicio de este movimiento han sido los cruceros de turismo organizados por las principales Compañías de Navegación alemanas hacia los puertos de la Peninsula e Islas Baleares y Canarias, así como la expedición automovilista realizada recientemente a través de España organizada por el Automóvil Club de Baviera

-3-

Por otra parte, es indiscutible la simpatía profunda de todo alemán hacia todo lo español, y su afán cada día mayor de conocer y admirar nuestras bellezas naturales y artísticas, así como nuestros monumentos y recuerdos históricos.

Ahora bien, si la corriente del turismo alemán hacia España se basa en causas tan firmes como las aludidas, no debe creerse sin embargo que no tropieze con serias dificultades, a las cuales es necesario oponer una labor continua y coordinada de propaganda y atracción por parte de España, sino queremos que, lo que puede ser un movimiento de turismo importantísimo y de incalculables beneficios en lo porvenir, quede reducido a un modesto ensayo y a una aspiración meramente platónica. En efecto, los países en cuyo detrimento habría de resultar tal corriente hacia España, no permanecen indiferentes y mucho menos inactivos, intensificando cada día mas su propaganda de atracción, y organizando y perfeccionando por todos los medios los viajes así como la organización para recibir y hacer cómoda y de

-4-

todo punto agradable la estancia del turista en cada uno de ellos.

Es, pues, de la mayor necesidad y urgencia que España realice en Alemania una labor de propaganda y atracción de turismo intensa y basada en una organización moderna y coordinada que responda no solamente a dicho fin, sino a la especial idiosincracia del pueblo alemán y a nuestra verdadera situación con relación al turismo.

El que estas líneas escribe, por razón de su cargo y por el especial interés y simpatía que nutre hacia tan importante y transcendental aspecto de nuestras relaciones internacionales, viene ocupándose de él sin escatimar esfuerzo por cuanto a su esfera de acción -hasta ahora modesta y limitada- se refiere. Así, cuando en diciembre de 1926 recibió la circular que el Excmo. Sr. Ministro de Trabajo como Presidente del Consejo de Enlace de la Exposición General Española le dirigía solicitando su opinión acerca de la forma mejor y mas eficaz de organizar la propaganda de visitantes de la



-5-

misma, se dedicó a estudiar el asunto con el mayor interés y con todo detalle. Y, después de obtener la autorizada opinión de los ambientes competentes de Alemania, expuso, con fecha 26 de Enero de 1927, el resultado de sus estudios en oficio dirigido al Consejo de Enlaces citado en la forma siguiente:

"Excmo. Sr.- Muy Sr. mio: Con referencia a la circular de ese Consejo de Enlace de su muy digna Presidencia, y a las conversaciones que he tenido la honra de sostener con V.E., paso a concretar, según sus deseos, cuanto ya expuse en el curso de dichas conversaciones.- Para la propaganda de visitantes de la Exposición General Española en mi modesto entender sería sumamente costoso y de un resultado acaso no satisfactorio, proceder en Alemania mediante carteles murales y anuncios de pago en los periódicos, como base de la misma. En efecto, las tarifas para ambos servicios son en Alemania sumamente elevadas, y la propaganda por este medio en cada una de las principales localidades costarían varios miles de marcos,

-6-

"en razón naturalmente de la intensidad y eficacia de dicha propaganda. Además, el público alemán, en general, desconfía de estos sistemas que tienen para él mucho de charlatanería o que por lo menos responden más al interés subjetivo del anunciante que al interés real de la cosa anunciada.- Por estas razones, estimo que la propaganda de visitantes de la Exposición, por cuanto a Alemania se refiere, debe realizarse mediante otros sistemas: Es decir, sirviéndonos del vehículo de instituciones y entidades que por su importancia y arraigo en el país ofrezca una verdadera garantía para el público; y mediante el auxilio de la prensa, pero no en su aspecto exclusivo de publicidad pagada, sino interesando a los redactores especiales de cuestiones de arte, comercio, industria y turismo, a fin de que mediante los datos que oportunamente se les vayan facilitando, publiquen artículos como si fueran de su cosecha sobre la Exposición y difundiendo, por último, el conocimiento del certamen por medio de alguna entidad que se halle directamente interesada en el éxito del mismo.

-7-

"Para la consecución de estos fines cuento en la jurisdicción de este Consulado con un elemento valiosísimo cual es la Compañía de Navegación alemana mas importante por su historial y por lo vasto de las comunicaciones que tiene establecidas, o sea, el Norddeutscher Lloyd Bremen (Lloyd Norte Aleman de Bremen).- Dicha Compañía que, como V.E. sabe tiene un servicio regular y de primer orden de pasajeros y carga desde el Puerto de Bremen a los principales de la América del Sur, Central y del Norte, está perfectamente dispuesta, según se me ha manifestado de palabra y por escrito, a realizar una intensa y activa propaganda de la Exposición por medio de sus numerosas Agencias no solo en toda Alemania, sino tambien en América tanto Meridional como Septentrional, y espera únicamente el beneplácito de ese Consejo para tratar conmigo la forma en que dicha propaganda debe realizarse. Además, estimo podria obtenerse de ella que durante la Exposición tocasen sus barcos tanto a la ida como al regreso en el Puerto de Cádiz.- Respecto a la propaganda por medio de las

-8-

"Sociedades económicas, industriales y de turismo estimo podrian obtenerse espléndidos resultados por medio de conferencias ilustradas mediante proyecciones de vistas o películas cinematográficas de lo que la Exposición ha de ser o va siendo, y por medio de comunicaciones dando idea de la importancia del certámen y ofreciendo facilitar cuántos detalles e informes sean necesarios.- Y con relación al servicio de prensa, que, en la forma antes indicada, habria de tener una importancia primordial, deberia procederse del modo siguiente: Interesando a los redactores a que antes aludia durante el periodo precedente a la apertura de la Exposición e invitando a la inauguración de la misma una Comisión de los escritores de los principales periódicos que mas se hayan interesado por el certámen a fin de que con pleno conocimiento diesen idea al público alemán de lo que será la Exposición española.- Contando con estos medios y con la concesión, por parte del Gobierno de S.M., de algunas recompensas honoríficas a las personas que mas hayan contribuido a la eficacia



-9-

"de la propaganda, es absolutamente seguro que podría obtenerse un  
"resultado mucho mayor que por cualquier otro sistema en Alemania  
"y con un gasto sumamente reducido, por no decir nulo.- "

He creído de interés trasladar a estas cuartillas el informe que precede, no solo por la estrecha relación que guarda con la atracción del turismo extranjero hacia España la propaganda de la Exposición General Española, sino porque en mi entender dicho informe -hecha abstracción de cuanto a la propaganda citada exclusivamente se refiere- encierra las bases generales en que ha de apoyarse una labor racional y de indiscutible eficacia para la atracción del turismo alemán hacia España.

No es mi intención trazar un programa detallado para dicha labor en estas líneas, pues ello habría de ser objeto de mas detenido estudio, pero no he de dejar de señalar que en mi modesto entender por cuanto a Alemania se refiere es necesario tener muy en cuenta la especial idiosincrasia del pueblo en la organización de la labor de

-10-

referencia. Así estimo que la Delegación que esa Comisaria Regia de Turismo instituya en Alemania no ha de limitarse al establecimiento de uno o varios Centros de irradiación de propaganda sino que debe contar como elemento primordial con lo que pudieramos llamar cátedra ambulante de propaganda y atracción de turismo, es decir, con la institución de un ciclo o gira de conferencias ilustradas sobre España en las principales ciudades de Alemania. Dichas conferencias deberán hallarse a cargo de persona que por su representación oficial ofrezcan toda clase de garantías para el público y para las instituciones locales cuyo patrocinio haya de recabarse. Al mismo tiempo habrá de ser persona que conozca no solo el idioma alemán para poder expresarse en él, sino tambien el carácter y los gustos y preferencias del ambiente y público a que se dirige.

Mediante estas conferencias, la Agencia de propaganda que se establezca y disponiendo de material apropiado para la misma es absolutamente seguro que podrán obtenerse resultados espléndidos

-11-

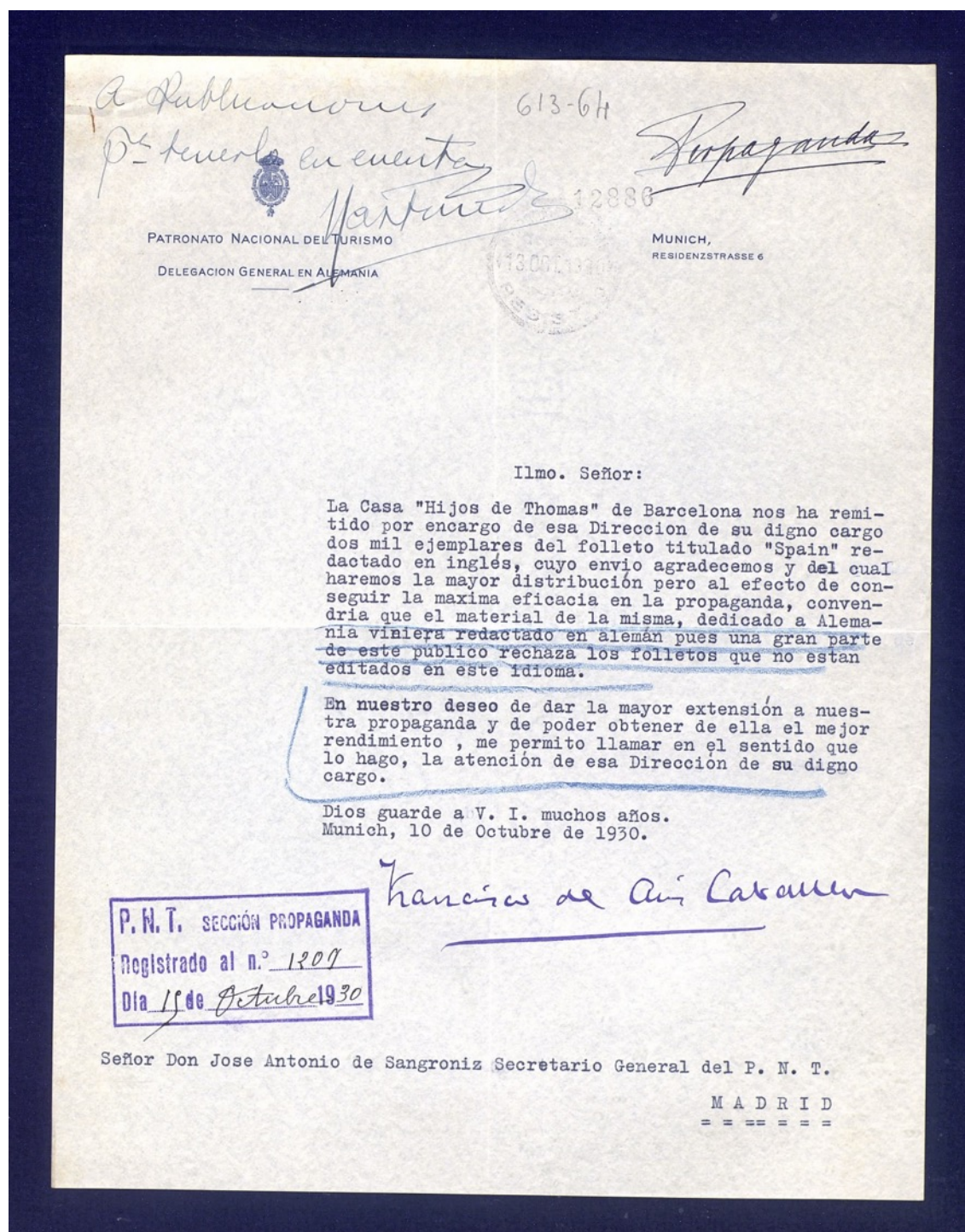
e insospechados por su importancia y significación en la atracción del turismo alemán hacia España, cooperando de este modo en forma de eficacia sin igual no solo en el fomento de todas las artes e industrias españolas interesadas en el turismo, sino al hermoso ideal de dar a conocer lo que nuestra Patria vale y representa no solo en la historia del mundo sino en el momento actual de la humanidad.

30 de Junio de 1928.




Peticiones de material promocional realizadas por la Agencia del Patronato Nacional del Turismo en Múnich (Alemania) y remitidas al Patronato Nacional del Turismo en Madrid (España)

Petición N.º 1 (10 de octubre de 1930)





Petición N.º 2 (15 de octubre de 1930)



PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO  
DELEGACION GENERAL EN ALEMANIA

MUNICH,  
RESIDENZSTRASSE 6

*Propaganda*

**P. N. T. SECCIÓN PROPAGANDA**  
ENVÍO DE PUBLIC. C. N. L. 6  
Análisis 39 Hoja 1244  
Orden al Almacén en 2-10-1930

Ilmo. Señor:

Debiendo intensificarse en esta época la propaganda para el próximo invierno tratando de encauzar la corriente turística alemana a las regiones españolas que son las mas indicadas para la citada época del año, y necesitando para ello poseer material suficiente de prospectos y folletos ilustrados, mucho agradecería a esa Dirección de su digno cargo, que se sirviera ordenar que a la posible brevedad nos sea remitido gran cantidad de dichos impresos sobre todo, de los referentes a las Ciudades que a continuación se expresan:

**P. N. T. SECCIÓN PROPAGANDA**  
Registrado al n.º 1258  
Día 20 de Octubre 1930

Barcelona  
Cadiz  
Granada  
Madrid  
Malaga  
Salamanca  
Sevilla  
Toledo y  
Marruecos español

Son muchos los pedidos que tanto el publico como las Agencias de viaje y centros turisticos del Imperio nos hacen de los indicados folletos - especialmente de los referentes a las Ciudades y lugares que quedan relacionadas - pedidos que no podemos servir por carecer de existencia de los mismos.

Muy conveniente nos seria tambien al efecto de información poseer algunos de los siguientes folletos:

Madrid ( Guia 32 paginas )  
Almeria ( Guia 24 paginas )  
Sevilla Guia breve del turista.

Considero de la mayor importancia al efecto de que la propaganda sea todo lo eficaz posible que el material destinado a la misma en Alemania sea redactado en este idioma por lo cual mucho agradeceria esta Delegación a V. I. que al reeditar los folletos que se hallen agotados o al hacer otros nuevos fuera el texto de los mismos redactado en aleman.

Dios guarde a V. I. muchos años.  
Munich, 15 de Octubre de 1930.

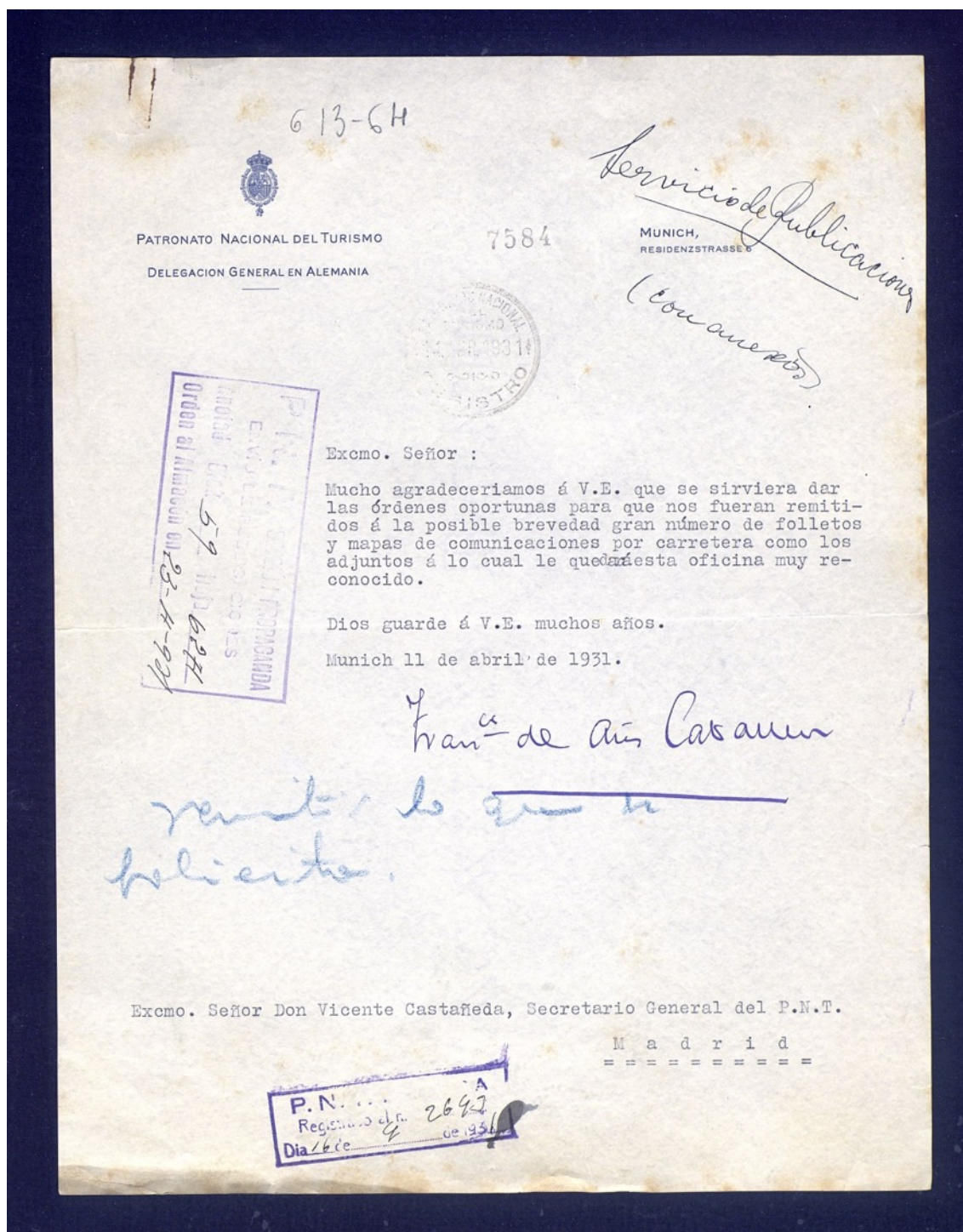
*Francisco de Asís Caballero*

Ilmo. Señor Don Jose Antonio de Sangroniz Secretario General del P. N. T.

M A D R I D

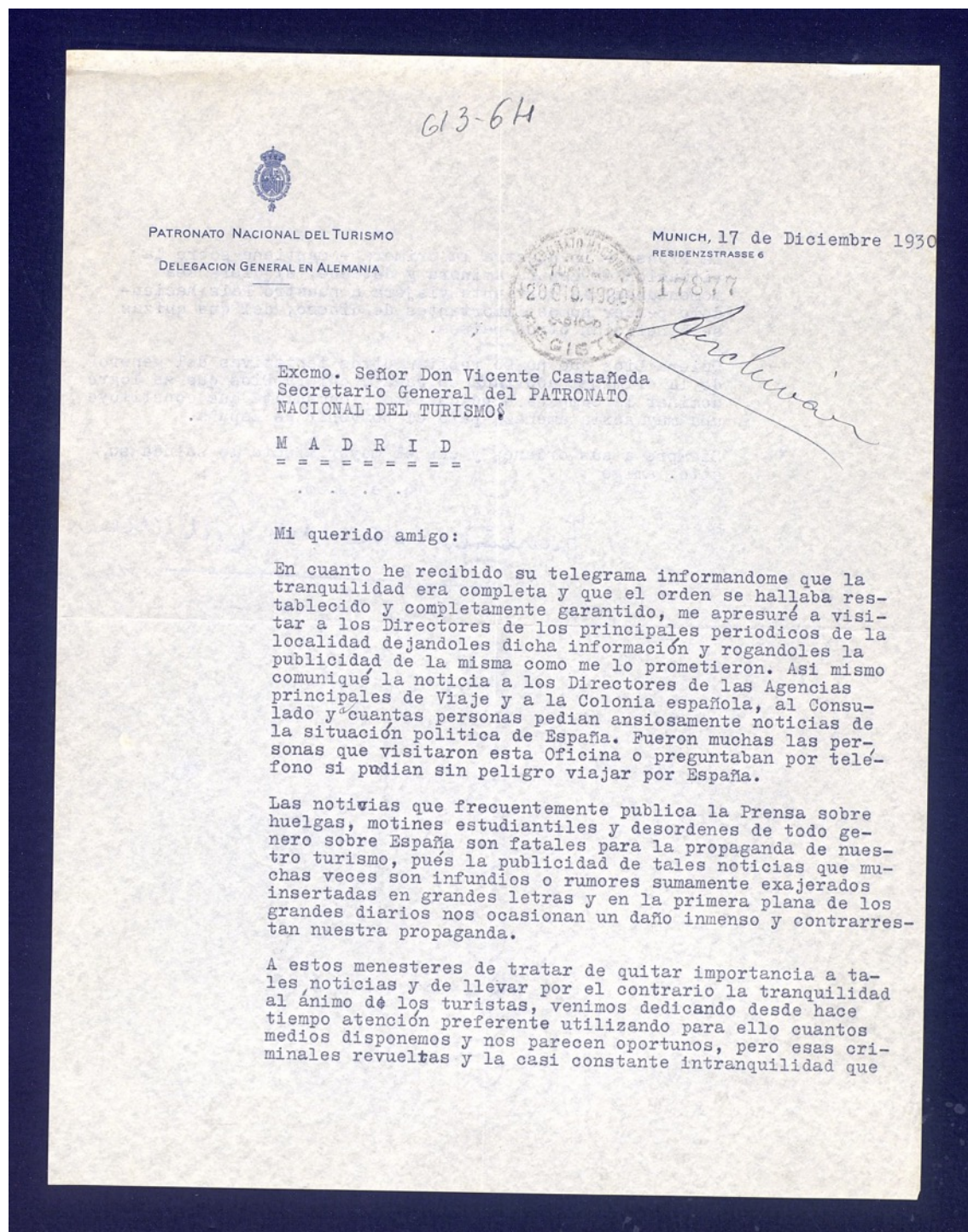


Petición N.º 3 (11 de abril de 1931)



Escritos realizados por la Agencia del Patronato Nacional del Turismo en Múnich (Alemania) y remitidos al Patronato Nacional del Turismo en Madrid (España)

Escrito N.º 1 (17 de diciembre de 1930)





la Prensa - la nuestra la primera - mantiene sobre la situación de España aminorada y detiene, siquiera sea momentánea, la corriente viajera a nuestro País haciéndole perder sumas importantes de dinero, del que quizás se benefician otros países.

Quiera Dios que no se repitan otras tentativas del género de la criminal abortada en Jaca y quiera Dios que se logre dominar la campaña sindicalista o comunista que constituye una muy seria amenaza para el porvenir de España.

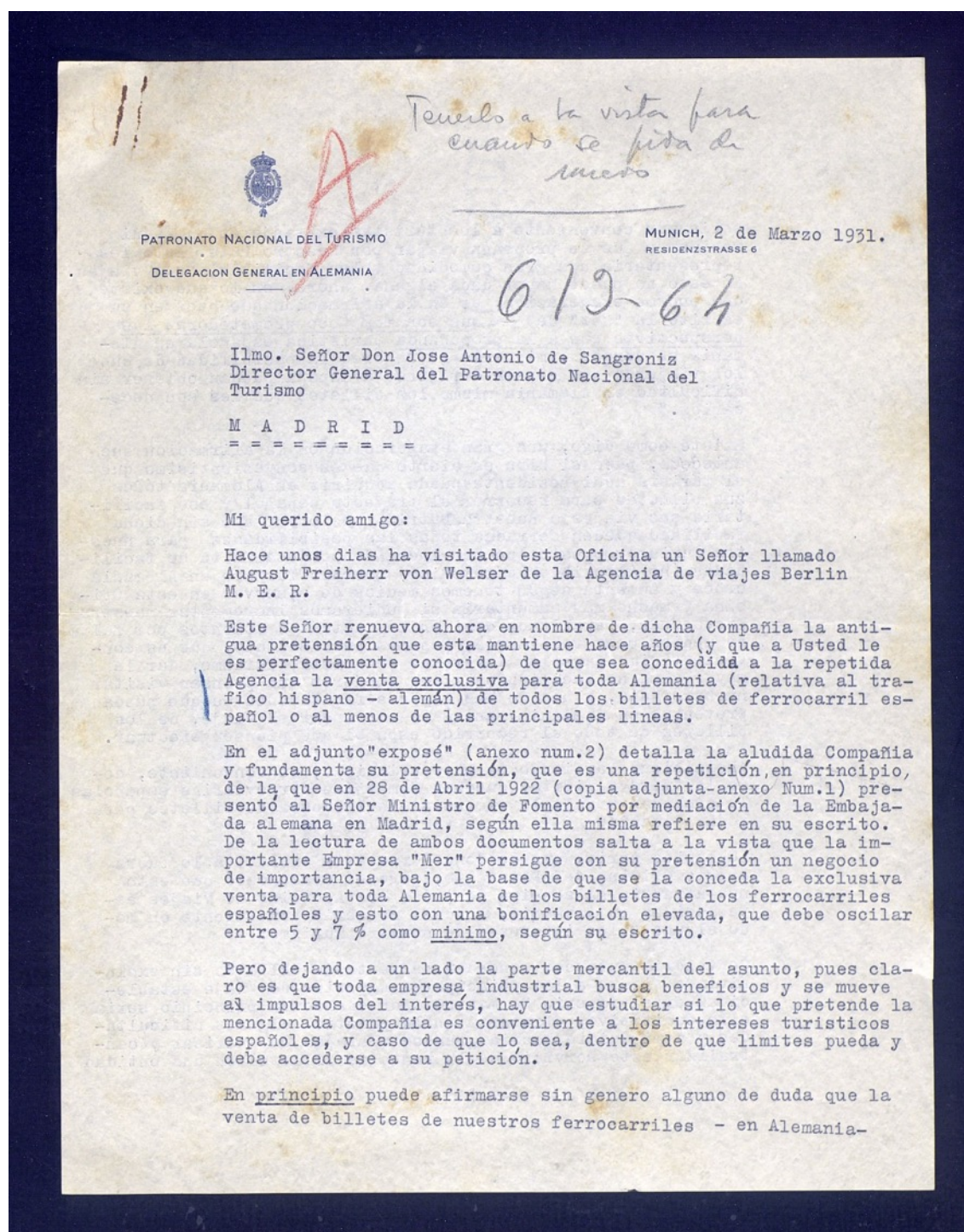
Siempre a sus órdenes y con el mayor afecto le saluda su  
atto. amigo

q. e. s. m.

Francisco de Asís Cavallero



Escrito N.º 2 (2 de marzo de 1931)





seria muy conveniente a los turistas extranjeros que aqui residen y que se proponen viajar por nuestro Pais. Esto les representaria una gran comodidad y les facilitaria sus viajes. En esto no puede haber duda alguna. Ahora, en lo que existe una enorme exageración, es en la afirmación que hace en su escrito la "Mer" de" — que son muy poco prometedoras las perspectivas que a la propaganda turistica española en Alemania se ofrecen, mientras no se cree la posibilidad de que los viajeros que deseen dirigirse a España puedan obtener sin dificultad en Alemania mismo los billetes que les son necesarios."

Existe como digo, una gran exageración en la afirmación que antecede, pues si bien es cierto que es convenientísimo que el turista aqui residente pueda adquirir en Alemania todos sus billetes para recorrer el trayecto español y eso facilitaria sus viajes a nuestra Patria, no lo es, que sin dicha facilidad queden cerradas todas las posibilidades para nuestro Turismo, puesto que aun luchando con esa falta de facilidades (no imposible de remediar) nuestro Turismo en Alemania crece y aumenta según tenemos medios de observar en esta Oficina y mucho mas aumentaria si pudieramos incrementar nuestra Propaganda, paralizada casi en los actuales momentos por falta de medios para realizarla. Dejemos pues sentado, que es convenientísimo para los intereses de nuestro Turismo, dar la mayor suma de facilidades a los viajeros que piensan visitar nuestro Pais, y una de las mayores facilidades es, que puedan proveerse en Alemania, antes de emprender el viaje, de los billetes de todo el recorrido español que piensen efectuar.

Ahora bien. Partiendo de este principio, es conveniente, como la "Mer" solicita, que las Compañías ferroviarias españolas la concedan a ella la exclusiva de la venta de billetes para toda Alemania?

Lo logico seria, que de concederse esta exclusiva lo fuera a esta Oficina del Patronato, pero no desconozco que esto nos atraeria la enemiga de todas las Agencias de Viajes establecidas en Alemania, lo cual no seria conveniente en modo alguno a los intereses de nuestro Turismo.

Convendria entonces conceder la venta de billetes sin exclusivismo alguno a las principales Agencias de Viaje establecidas en el Imperio Germanico? Aun cuando en principio seria ello equitativo, ofreceria en la practica algunas dificultades y a mi juicio habria grandes ventajas en unificar y centralizar este servicio de la venta de billetes en una entidad





PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO

DELEGACION GENERAL EN ALEMANIA

MUNICH,  
RESIDENZSTRASSE 6

de gran importancia como la "Mer" u otra analoga. Estas son cuestiones a estudiar detenidamente cuando el momento oportuno llegue.

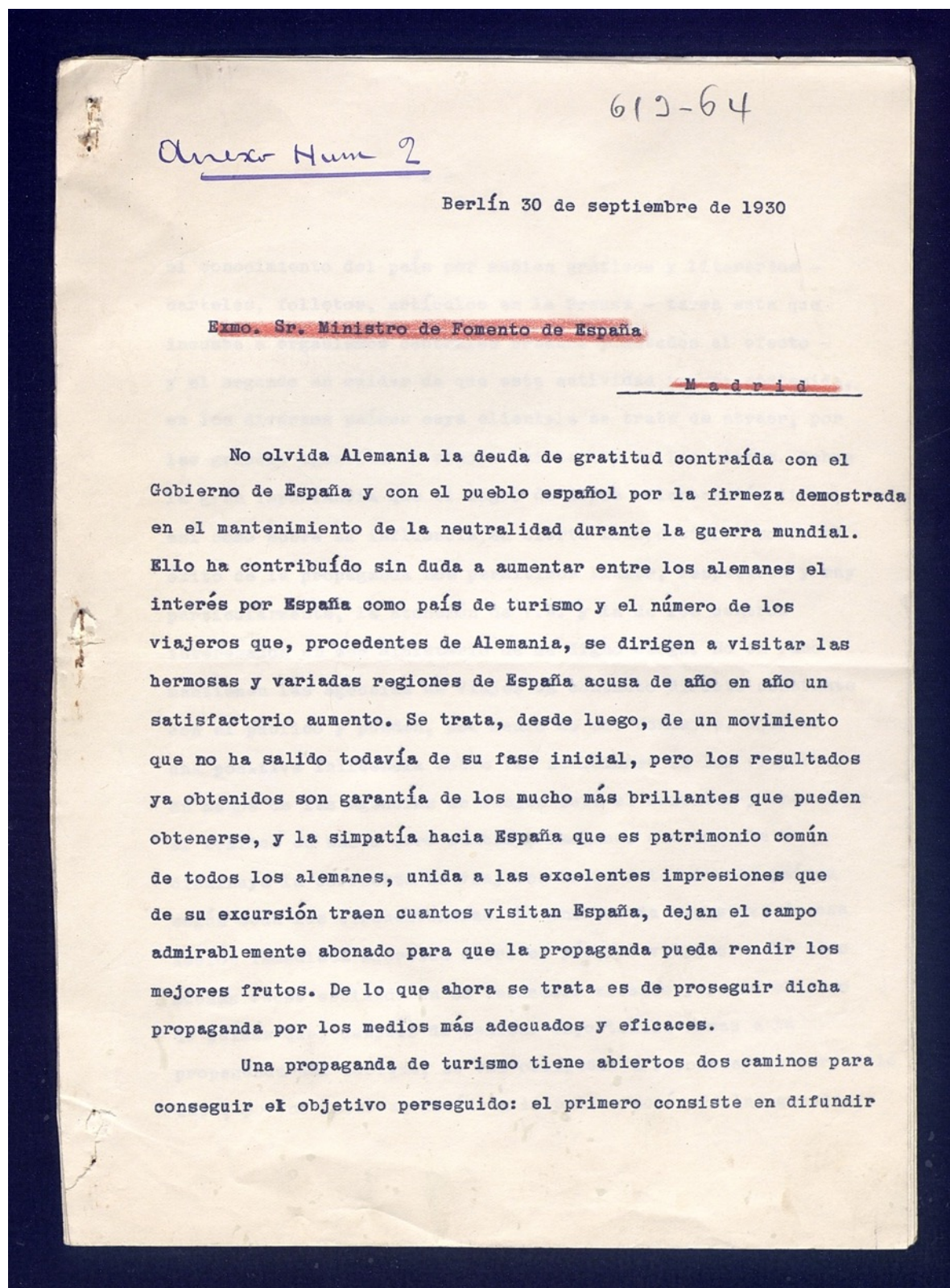
Desde luego, a mi juicio, esta Delegación debería ejercer una alta inspección sobre la empresa "fuera cual fuera" a quien en su día pudiera concederse la venta de los referidos billetes, y cuya empresa debería venir obligada a hacer una propaganda eficaz y "verdad" en pro del Turismo en Alemania bajo el control y dirección de esta Delegación.

Creo por el momento suficientes las consideraciones expuestas que me han parecido oportuno hacer como comentario a la adjunta petición de la "Mer" dejando el ampliar las mismas, cuando el momento oportuno llegara, si es que esa Dirección de su digno cargo estimara oportuno oír nuestro informe.

Perdone Usted querido Director que me haya extendido demasiado y reciba un afectuoso saludo de su buen amigo S.S.

q. e. s. m.

*Francisco de Asís Casareno*





- 2 -

el conocimiento del país por medios gráficos y literarios - carteles, folletos, artículos en la Prensa - tarea esta que incumbe a organismos centrales creados y dotados al efecto - y el segundo en cuidar de que esta actividad se vea sostenida, en los diversos países cuya clientela se trate de atraer, por las grandes agencias de viajes existentes en los mismos. Sobre la gran importancia que el logro de dicha colaboración tiene, así como sobre su influencia, en cierto modo, decisiva sobre el éxito de la propaganda nos permitimos llamar, respetuosa y muy particularmente, la atención de V.E. y la de los centros interesados en ese Ministerio de su digno cargo. No en vano mantienen las Agencias de Viajes un contacto directo constante con el público y pueden, por medio de sus consejos, ejercer una positiva influencia sobre las decisiones de los viajeros. En manos de las Agencias de Viajes está el orientar y encaminar el tráfico en uno u otro sentido, haciendo que aumente o disminuya la corriente de viajeros hacia determinados países según sean las circunstancias. La influencia sugestiva de esa acción inmediata ejercida sobre el público viajero no ha sido muchas veces estimada en su verdadero alcance y se da el caso de países que, después de dedicar importantes sumas a la propaganda del turismo, se ven obligados a reconocer en perjuicio suyo, por no haber atribuido a la colaboración de las grandes



- 3 -

Agencias de Viajes la importancia debida, que el valor de los resultados obtenidos no está en relación con la cuantía de los sacrificios llevados a cabo.

La Agencia de Viajes más importante de Alemania - verdadera organización central del turismo - es la "M i t t e l e u r o p ä i s c h e s R e i s e b ü r o" (MER) (Agencia de Viajes de la Europa Central) con sede social en Berlín. Sus fundadores y explotadores son los Ferrocarriles Alemanes y las dos compañías de navegación más importantes de Alemania: la "Hamburg-Amerika-Linie" y el "Norddeutscher Lloyd". La MER dispone hoy de una red de oficinas propias y representantes que se extiende a todas partes del mundo y que en Alemania solamente comprende unos 300 despachos. El número de las representaciones en el Extranjero es de unas 600. En los Estados Unidos de la América del Norte cuenta la MER con una gran Agencia de Viajes propia en Nueva-York, que gira bajo la razón social "Amerop Travel Service", con sucursales en Chicago, Cleveland y Los Angeles.

La MER ha procurado desde el primer momento estimular la corriente de turismo hacia España, pero su labor en este sentido no se ha visto apoyada en la medida que era de desear, dado que, a pesar de sus repetidas gestiones, iniciadas, según puede comprobarse documentalmente, durante el año 1922, no le



- 4 -

ha sido posible hasta ahora conseguir de las Compañías de Ferrocarriles Españolas la concesión directa para la venta de sus billetes. Pero ante el hecho de que España redoble ahora sus esfuerzos al objeto de atraerse al público viajero alemán, como lo prueba la apertura de una oficina española de fomento del turismo en Alemania, consideramos llegado el momento de repetir, con el debido respeto a V. E., nuestra gestión, apoyándonos para ello en los principios generales de propaganda expuestos al principio del presente escrito y llamando una vez más la atención sobre la importancia que reviste la colaboración de las Agencias de Viajes alemanas, colaboración que, según nuestra experiencia profesional, es condición previa para el buen éxito de la labor propagandística.

El tema es importante y no cabe agotarlo en pocas palabras. Hemos de solicitar, por lo tanto, de la benévola atención de V.E., permiso para tratarlo en detalle y al hacerlo así creemos que nuestras consideraciones pueden ser de interés para el fomento del turismo español y, consiguientemente, merecedoras de ser tomadas en consideración por el Ministerio que V.E. tan dignamente ocupa.

Antes de entrar en el análisis de la materia y a fin de evitar repeticiones, nos permitimos recordar, en lo que a los términos generales del asunto se refiere, nuestra



- 5 -

petición presentada al Ministerio de Fomento, por mediación de la Embajada de Alemania en Madrid, con fecha 28 de abril de 1922, de cuya traducción española se servirá V.E. encontrar copia adjunta. Dicha petición iba acompañada de una terminante declaración escrita, emanada de la Dirección de Ferrocarriles de Berlín, en la cual la Administración de los Ferrocarriles Alemanes se declara dispuesta a dar su

garantía para la venta de billetes de ferrocarril  
españoles por mediación de la MER.

Adjuntamos asimismo copia de la traducción española de dicho documento.

Ni nuestra petición de entonces, ni las gestiones escritas y verbales subsiguientemente llevadas a cabo al respecto, dieron un resultado satisfactorio. Las compañías ferroviarias españolas que a indicación, altamente agradecida, de ese Ministerio de su digna cargo pusiéronse en relación con nuestro organismo, desconocedoras, probablemente, de la verdadera naturaleza e importancia del mismo, no quisieron acceder a modificar en modo alguno las prácticas seguidas con las agencias de viajes ordinarias, a saber, pago al contado de los billetes adquiridos con una comisión de 2-3 %. La "Mittleeuropäisches Reisebüro" no es, sin embargo, como ya de la venta de billetes por el sistema de liquidaciones mensuales y sobre la base de una bonificación suficiente.

Hemos de hacer notar sobre este punto que esta es



- 6 -

hemos indicado, una agencia de viajes en el sentido corriente, sino un organismo central con una extensa red de sucursales y representaciones, comparable en este respecto a las grandes y conocidas empresas Thos. Cook & Son y Compagnie Internationale de Wagons-Lits. Una agencia de viajes que sólo haya de adquirir billetes para cubrir sus propios requerimientos podrá encontrar aceptable, e incluso ventajoso hasta cierto punto, el sistema de pago al contado, pero no es posible aplicar el mismo sistema a una organización extensamente ramificada.

Empresas como la nuestra solo pueden, por razón de su estructura y de su importancia, trabajar sobre la base de la entrega de los billetes en comisión y, por consiguiente, nos permitimos proponer y rogar de nuevo al Ministerio por V. E. tan dignamente ocupado

se sirva indicar a las diversas Compañías de Ferrocarriles interesadas en el asunto el estímulo que representaría para el fomento del tráfico en sus líneas respectivas y, en general, del movimiento de turistas procedentes de Alemania, la concesión a la "Mitteleuropäisches Reisebüro" de la venta de billetes por el sistema de liquidaciones mensuales y sobre la base de una bonificación suficiente.

Hemos de hacer notar sobre este punto que esta es



- 7 -

la forma de colaboración establecida entre casi todas las administraciones ferroviarias y nuestra organización. Todos los países se han declarado conformes con la entrega de los billetes en comisión, en reconocimiento de las ventajas que este sistema representaba para el fomento del tráfico y en atención, sobre todo, a la circunstancia de que los Ferrocarriles Alemanes garantizan el valor de los billetes entregados y la adecuada remesa de las cantidades recaudadas por la venta de los mismos. No queremos tampoco dejar de mencionar que las administraciones ferroviarias portuguesas nos han ofrecido sus billetes en comisión, oferta que hasta la fecha hemos debido abstenernos de aceptar, ya que, sin los trayectos españoles intermedios, no habría de sernos posible desarrollar el tráfico hacia Portugal en la forma allí esperada.

Las ventajas que acabamos de enumerar no se limitan únicamente a la influencia que una Dirección Central está en condiciones de ejercer sobre sus órganos subordinados en el sentido de orientar el tráfico hacia determinados países. Desde el punto de vista meramente administrativo resultaría asimismo en extremo beneficioso para las administraciones ferroviarias españolas entenderse exclusivamente con nosotros como organismo encargado de la distribución de billetes y contabilidad para toda Alemania ya que la concesión de la venta de billetes a nuestro organismo equivale a establecer



- 8 -

un contacto automático con todas las agencias de viajes alemanas. La impresión de los billetes, según modelos aprobados, correría de cuenta nuestra, de modo que las Compañías no habrían de contar con ningún gasto suplementario.

Al objeto de hacer ver a V.E. y a los centros interesados de su Ministerio las dificultades con que tropezamos al tratar de hacer algo eficaz en favor del turismo alemán hacia España y cuan poco prometedoras son, por otra parte, las perspectivas que a la propaganda turística española en Alemania se ofrecen, mientras no se cree la posibilidad de que los viajeros que deseen dirigirse a España puedan obtener sin dificultad en Alemania mismo los billetes que les sean necesarios, nos permitimos exponer brevemente a continuación el estado del problema tal como en la práctica queda planteado:

Actualmente estamos obligados a procurarnos los billetes españoles por medio de diversas empresas y agencias extranjeras, lo que sólo podemos hacer en pequeñas cantidades y para los grandes trayectos, en forma que, a menudo, nuestras sucursales, por falta de los billetes necesarios, solo pueden despachar a los viajeros hasta la frontera española o proveerlos de "vouchers", fórmulas ambas que en modo alguno constituyen un estímulo para el viajero. Lo mismo que con



- 9 -

los billetes corrientes ocurre también con los kilométricos, billetes circulares y billetes semicirculares. A la posible observación de que quizás no resultara económico el despacho de estos billetes especiales en un tan gran número de oficinas, podríamos contestar con la propuesta de restringir la expenduría de los mismos - como ocurre con categorías análogas de los Ferrocarriles Federales Suizos - a un cierto número de ciudades importantes, por ejemplo: Berlín, Munich, Hamburgo, Colonia, Stuttgart, Leipzig y Brema. En repetidos viajes colectivos a España por nosotros organizados ha ocurrido que careciendo de tiempo para procurarnos billetes colectivos a precios reducidos, nos hemos visto obligados a sacar billetes ordinarios desde Port-Bou hasta Barcelona y adquirir en este último punto los billetes a precio reducido para la continuación del viaje. Análogas dificultades ha de vencer el turista alemán que de Hamburgo o Brema se dirige por vía marítima a Lisboa para emprender desde allí el viaje de regreso por España. En ninguna agencia de Lisboa se expiden billetes kilométricos españoles y esto hace que sea necesario encargar desde Berlín dichos billetes en Madrid o París y remitírselos al interesado a Lisboa. A tales dificultades y elementos de inseguridad relacionados con el encargo de los billetes y el escaso tiempo de que para esta operación acostumbra a



- 10 -

disponerse, hay que añadir todavía el hecho de que el encargo de billetes españoles en el Extranjero, por ejemplo en París, exige una doble conversión de los precios originales, expresados en pesetas, primero en francos y después en marcos, lo que implica un encarecimiento de precio que en modo alguno puede ser considerado como un estímulo para el turismo.

Finalmente nos permitimos llamar la atención sobre otro punto en extremo interesante para la propaganda. Nos referimos a la bonificación que haya de concederse. Indicábamos ya al principio, y no vacilamos en volver a hacer constar, cuan grande es la influencia que las Agencias de Viajes están en condiciones de ejercer sobre su clientela. Una buena parte del público viajero escucha y sigue de buena gana los consejos que se le dan en las agencias y modifica su itinerario de conformidad con las indicaciones que recibe. Las recomendaciones de las Agencias están, por otra parte, notablemente influídas - y es natural que así sea - por consideraciones de beneficio. Por esta razón las administraciones ferroviarias todas, inspirándose en sanos principios comerciales, conceden una elevada comisión de venta a las Agencias de Viajes, reconociendo que una bonificación reducida no constituye un estímulo suficiente para que las



- 11 -

agencias activen el despacho de billetes con el debido interés. La comisión fija acordada oscila generalmente entre 5 y 7 1/2 % como mínimo.

Las consideraciones que anteceden ofrecen, a nuestro juicio, un cuadro completo de la situación tal como se presenta en la actualidad y tal como podría desarrollarse en el porvenir en beneficio del tráfico español. Abrigamos la esperanza de que, una vez examinado el asunto por ese Ministerio de su digno cargo se reconocerá que solo mediante el apoyo y la colaboración de la organización de turismo más importante del país podrán verse debidamente recompensados los esfuerzos de propaganda que España realiza en Alemania, y partiendo de este punto de vista nos hemos permitido elaborar y someter las proposiciones contenidas en el presente escrito, que de nuevo recomendamos, respetuosamente, a la atenta consideración de V.E. Si el Ministerio de Fomento, o las Compañías interesadas, desearan oír explicaciones verbales sobre los principios generales o sobre los detalles técnicos de la colaboración propuesta, estaríamos eventualmente dispuestos a mandar una representación a Madrid para tal efecto y en este sentido, como para cualquier otra información suplementaria que pudiera ofrecerse, quedamos desde luego a las órdenes de V. E.

Por la benévola atención que V. E. se digne prestar

- 12 -

a este escrito nos honramos en expresarle de antemano las  
gracias más cumplidas, a las que unimos el testimonio de la  
más alta y respetuosa consideración.

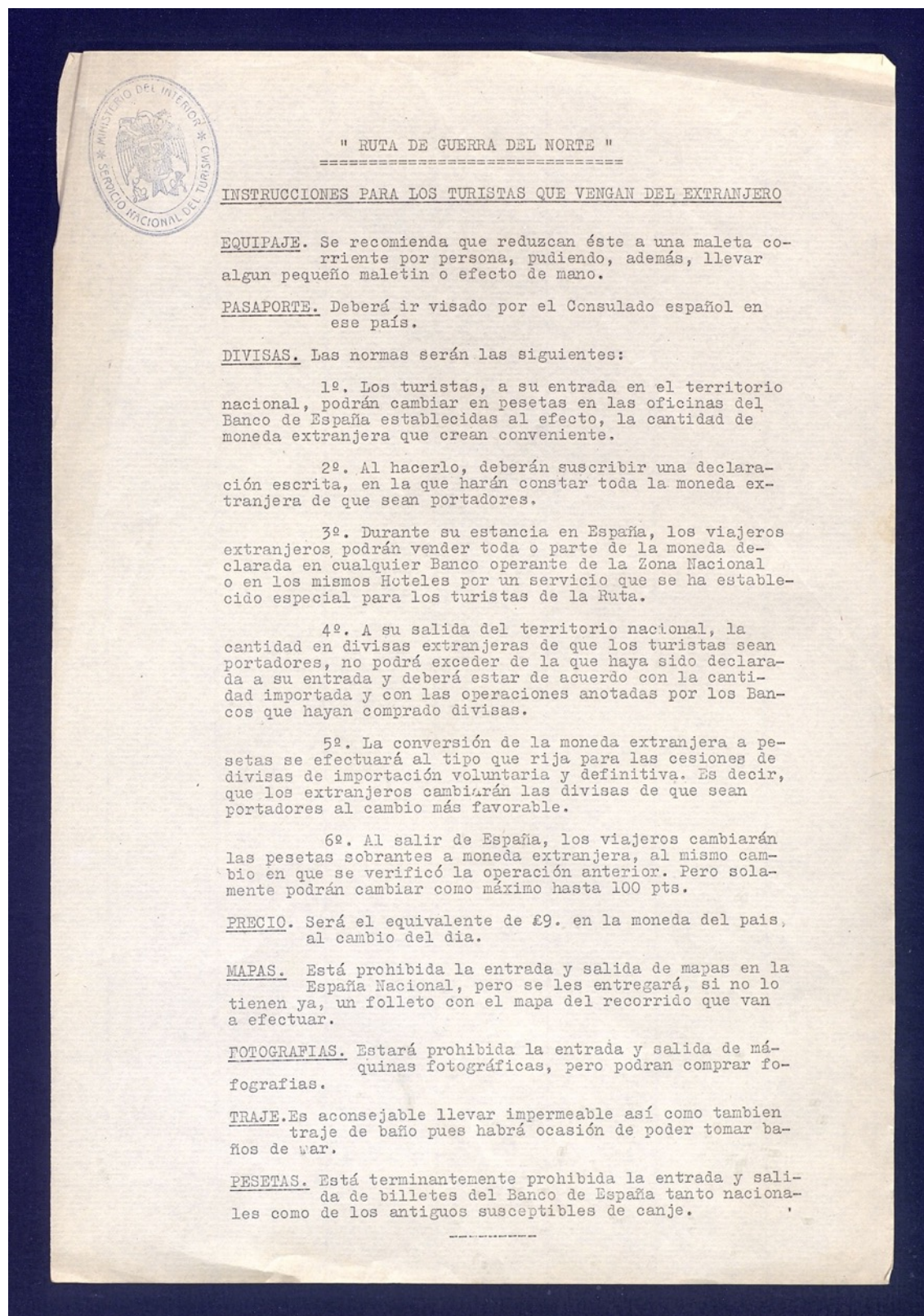
## **13.2 Anexo II**

La documentación aquí recogida hace referencia al apartado 2.2.2 *El bando sublevado: Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)* y procede del Archivo General de la Administración situado en Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.028.



Documentación generada por el Servicio Nacional del Turismo sobre el proyecto turístico *Las Rutas Nacionales de Guerra*, concretamente, sobre la *Ruta de Guerra del Norte*.

Instrucciones para los turistas que vengan del extranjero





Normas para el cambio de divisas en la frontera



NORMAS PARA EL CAMBIO DE DIVISAS EN LA FRONTERA  
=====

1. Los turistas, a su entrada en el territorio nacional, podrán cambiar en pesetas en las oficinas del Banco de España establecidas al efecto, la cantidad de moneda extranjera que crean conveniente.
2. Al hacerlo, deberán suscribir una declaración escrita, en la que harán constar toda la moneda extranjera de que sean portadores.
3. Durante su estancia en España, los viajeros extranjeros podrán vender toda o parte de la moneda declarada en cualquier Banco operante de la Zona Nacional.
4. A su salida del territorio nacional, la cantidad en divisas extranjeras de que los turistas sean portadores, no podrá exceder de la que haya sido declarada a su entrada y deberá estar de acuerdo con la cantidad importada y con las operaciones anotadas por los Bancos que hayan comprado divisas.
5. La conversión de la moneda extranjera a pesetas se efectuará al tipo que rija para las cesiones de divisas de importación voluntaria y definitiva. Es decir, que los extranjeros cambiarán las divisas de que sean portadores al cambio más favorable.
6. Al salir de España, los viajeros cambiarán las pesetas sobrantes a moneda extranjera, al mismo cambio en que se verificó la operación anterior.

=====



Instrucciones generales para la visita de la "Ruta de Guerra del Norte": itinerario "F" e itinerario especial



SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO.

INSTRUCCIONES GENERALES PARA LA VISITA DE LA "RUTA DE GUERRA DEL NORTE".

TEMPORADA 1939

-0-0-0-0-0-0-0-0-

Los itinerarios para visitar la RUTA DE GUERRA DEL NORTE, durante la temporada del año 1939, quedan fijados en dos: 1º itinerario "F", con salidas periódicas desde Irún; 2º itinerario especial, de once días de duración, partiendo de San Sebastián para llegar hasta Santiago de Compostela, las Rías de Pontevedra y Vigo, y La Coruña, efectuándose este viaje en fechas previamente determinadas de acuerdo con las Agencias de Viajes.

La temporada comenzará el día 6 de Mayo y terminará el día 15 de Octubre.

ITINERARIO "F".

Las salidas de Irún serán las siguientes:

Mes de MAYO.- A partir del día 6 en las fechas previamente convenidas.

Mes de JUNIO.- Los días 3-7-11-15-19-23-27.

Mes de JULIO.- Los días 1-5-9-13-15-17-19-21-23-25-27-29-31.

Mes de AGOSTO.- Los días 2-4-6-8-10-12-14-16-18-20-22-24-26-28-30.

Mes de SEPTIEMBRE.- Los días 1-3-5-7-9-11-13-15-19-23-27.

Mes de OCTUBRE.- A partir del día 1º en las fechas previamente convenidas.

PRECIO: Ptas. 400.

COMISION DE LAS AGENCIAS: Ptas. 40 por cupón.

ITINERARIO ESPECIAL SAN SEBASTIAN-SANTIAGO-VIGO-LA CORUÑA.

Para los españoles que deseen participar en este circuito ampliado de la RUTA DE GUERRA DEL NORTE, se establecen cupones especiales al precio de Ptas. 590. La comisión para las Agencias de Viajes será de Ptas. 40 por cupón.

Estas expediciones saldrán a base de un número mínimo de 15 viajeros. Las fechas de salida serán las convenidas de acuerdo con las Agencias, que podrán fijarlas con la debida antelación y previa aprobación del SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO.

CUPONES: Los siguientes Bancos son depositarios de los cupones que autorizan a tomar parte en las excursiones RUTA DE GUERRA DEL NORTE:

SAN SEBASTIAN.- Banco de España.

VIGO.- Banco de España.

LA CORUÑA.- Banco de España.

VALLADOLID.- Banco de España.

PALMA DE MALLORCA.- Banco de España.

SEVILLA.- Banco de España.



MÁLAGA.-- Banco de España.

GRANADA.-- Banco de España.

BARCELONA.-- Banco de España.

NOTA: No se considerarán válidos los cupones si no se indican en ellos el nombre del viajero y fecha de la expedición para la que han sido emitidos. Deberán asimismo estar sellados por el SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO, y por la Casa de Banca y Agencias de Viajes vendedoras de los mismos.

Los cupones, con destino a turistas de nacionalidad española no podrán venderse a súbditos extranjeros, al menos que éstos acrediten documentalmente llevar seis meses de residencia en el territorio nacional. En su consecuencia, las Agencias de Viajes deberán exigir la documentación correspondiente para la comprobación de este extremo. El SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO negará la participación en las expediciones a todo aquel extranjero que no cumpla los requisitos estipulados anteriormente. En el caso de cualquier contravención de esta disposición, la Agencia de Viajes vendedora del cupón sufrirá el perjuicio de la pérdida del valor del mismo.

Todo extranjero que no se encuentre en las condiciones antes mencionadas y desee adquirir el cupón especial para visitar la RUTA DE GUERRA DEL NORTE (pagadero en divisas extranjeras) podrá dirigirse para la adquisición de éste a las Oficinas del SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO en San Sebastián.

INSTRUCCIONES PARA LOS TURISTAS.-- Los Sres. turistas que participen en el itinerario "F" de la RUTA DE GUERRA DEL NORTE podrán presentarse en el Hotel Jáuregui de Fuenterrabía a las 9 de la mañana, o en el Hotel de San Sebastián que se les señale, a las 11.30, en el día de salida de su expedición.

Los participantes en el itinerario especial San Sebastián-Santiago-Vigo-La Coruña se presentarán a las 8 de la mañana en las Oficinas del SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO en San Sebastián en los días de salida.

SALVOCONDUCTOS.-- Todo turista de nacionalidad española y extranjeros con seis meses de residencia en territorio nacional quedan obligados a procurarse el salvoconducto que les permita efectuar el viaje.

Para la reserva de asientos se avisará con la debida anticipación a las Oficinas del SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO en San Sebastián. Las Agencias residentes fuera de San Sebastián deberán pedirla por telégrafo a "SERNATURIS - SAN SEBASTIAN".

NOTA: Los itinerarios son susceptibles de modificación por el SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO, sin que por ello se reduzca la duración de las estancias.

-O-O-O-O-O-O-O-O-

Mod. 103.



## Ruta de Guerra del Norte (Temporada 1939). Itinerario "F"



## RUTA DE GUERRA DEL NORTE

(Temporada 1939)

## ITINERARIO F.-

DURACION DEL VIAJE: 9 días.

RECORRIDO TOTAL: 1.042 Kms.

PRECIO: 400 Ptas.

-0-0-0-0-0-0-0-

PRIMER DIA :  
25 KmsIRUN - SAN SEBASTIAN.

Salida del Puente Internacional a las 9.00 para el Hotel Jáuregui de Fuenterrabía, donde se verificarán las formalidades de Aduana, Policía y Banco. A las 11.00 salida para San Sebastián, por Pasajes. Llegada a San Sebastián a las 12.00. Alojamiento. Almuerzo a las 13.00. A las 15.00 visita del Museo de San Telmo y Monte Igeldo. Noche en San Sebastián. Hoteles María Cristina, Continental Palace, Londres.

SEGUNDO DIA :  
167 KmsSAN SEBASTIAN - BILBAO.

Salida a las 8.30 para Bilbao, siguiendo el itinerario: Zarauz, Zumaya, Deva, Elgoibar, Eibar, Durango, Amorebieta, Bilbao, con breves visitas a Eibar y Durango. Alojamiento en los hoteles, a lo que se llegará a las 13.00. Almuerzo a las 13.15. A las 15.30 visita del "Cinturón de Hierro" y del Alto de Gaztelumendi, punto de ruptura del mismo; regreso a Bilbao, por Archanda y Segoña. Noche en Bilbao, Hotel Carlton. En caso necesario, Hotel Torrónategui.

TERCER DIA :  
114 KmsBILBAO - SANTANDER.

Salida a las 9.00 para Santander, siguiendo el itinerario: Baracaldo, Castro Urdiales y Laredo. Almuerzo en la "Hostería del Mar", Playa de Laredo a las 13.30. Salida a las 15.30. En Santander, Hotel Real.

CUARTO DIA :  
138 KmsSANTANDER - COVADONGA.

Salida a las 9.00 para Covadonga, visitando primeramente el Faro de Cabo Mayor, y siguiendo el itinerario: Cuevas de Altamira, Santillana del Mar, Comillas, San Vicente de la Barquera, Bustio, Paredes de Abajo, Onís, Covadonga. Durante el trayecto, visita de las Cuevas de Altamira y Santillana del Mar con su Colegiata. Almuerzo en el Parador de Gil de Santillana, a las 13.15. Salida a las 14.30. Llegada a Covadonga a las 18.00. Visita de la Cueva de San Juan. Noche en Covadonga, Hotel Pelayo y Hostal Favila.

QUINTO DIA :  
96 KmsCOVADONGA - OVIEDO.

Salida a las 9.00, siguiendo el itinerario: Cangas de Onís, Arriondas, Infiesto, Pola, para llegar a Oviedo a las 11.30. Visita de la Catedral y Cámara Santa. Alojamiento en los hoteles. Almuerzo a las 13.00.



las 13.00. Por la tarde, a las 15.00, visita de Oviedo, barrios exteriores y antiguo frente de guerra. Noche en Oviedo; Hoteles Gil de Arévalo, Pasajes, Asturias, Oviedo y España.

SEXTO DIA :  
242 Kms

OVIEDO - SANTANDER.

Por la mañana, a las 8.30, salida para Gijón, donde se visitará el Cuartel de Simancas. Salida a las 10.30 para Santander, siguiendo por Villaviciosa, Puerto de Sueve, Arriendas y Ribadesella, donde se almorzará a las 14.00. Salida a las 15.30 continuando por Llanes, San Vicente de la Barquera, Cabezón de la Sal, Torrelavega, para llegar a Santander a las 19.30. Alojamiento en el Hotel Real; noche en Santander.

SEPTIMO DIA :  
108 Kms

SANTANDER- BILBAO.

Mañana libre. Almuerzo en Santander a las 13.30. A las 14.30 salida para Bilbao, por Castro Urdiales; llegada a Bilbao a las 17.00. Alojamiento en los hoteles de Bilbao. Tarde libre. Noche en esta ciudad.

OCTAVO DIA :  
127 Kms

BILBAO - SAN SEBASTIAN.

Salida a las 9.00 para San Sebastián, con el siguiente itinerario: Amorebieta, Guernica, Lequeitio, Ondárroa, Motrico, Deva, Zarauz, visitándose Guernica: Almuerzo en Zarauz a las 13.30, en el Gran Hotel de la Playa. A las 16.00 salida para San Sebastián. Visita de la Exposición de Guerra en San Sebastián.

NOVENO DIA :  
25 Kms

SAN SEBASTIAN - FUENTERRABIA - IRUN.

Desayuno en San Sebastián. Salida a las 8.30 para el Hotel Jáuregui de Fuenterrabia, formalidades de Aduana, Policía y Bunco; salida de España por Irún.

-O-O-O-O-O-O O-O-O-O-O-O-

Mod. 101.



"Ruta de Guerra del Norte" organizada por el Servicio Nacional del Turismo.  
Instrucciones para la visita de los itinerarios "F" y "P"



"RUTA DE GUERRA DEL NORTE" ORGANIZADA POR EL SERVICIO NACIONAL DEL TURISMO.

INSTRUCCIONES

Para la visita de la "Ruta de Guerra del Norte" se establecen dos itinerarios, el F y el P para los turistas que entren respectivamente, por la frontera de Francia (Irún) y la de Portugal, (Tuy).

ITINERARIO F. (IRUN) Duración 9 días, recorrido total 1.101 kms.

Precio: 400 pts. Este precio comprende: transporte, alojamiento en Hoteles de 1ª clase, desayuno, comidas, propinas, transporte del equipaje, seguro del viajero..... no comprendiendo los extras que deberán ser abonados por los mismos turistas. Si bien en algunos sitios comprende el vino.

Se efectuarán en autocars Pullman, de 33 plazas, con un Guia-Intérprete. Estos autocars saldrán cualquiera que sea el número de turistas reunidos, los días impares del mes de Julio a partir del día 1º, (1,3,5,7,9,11,13,15,17,19,21,23,25, 27,29 y 31), los días pares del mes de Agosto (2,4,6,8,10, 12,14,16,18,20,22,24,26,28,y30) y los días impares del mes de Septiembre (1,3,5,7,9,11,13,15,17,19,21,23,25,27,29 y el 1º de Octubre.) La máxima capacidad será de 99 turistas, o sea, tres autocars cada día de salida.

Seguramente se ampliará la Ruta a parte del mes de Octubre.

Estos autocars estarán en el puente internacional de la carretera a Irún (próximo a la estación ferroviaria de Hendaya) esperando el autocar en el mismo puente, orilla española a las 9 para enlazar con la llegada del Pyrenée Côte d'Argent Express". Los españoles si lo desean podrán subir al autocar en San Sebastian bien al venir de Irún éste, o en punto de partida de Irún.

Retención de Asientos: Para tener asientos (que son numerados) los turistas españoles que tienen en principio plaza facultativa, deberá haber plazas libres de extranjeros en los autocars, lo cual no se sabrá hasta las doce del día víspera de la salida, desde cuyo momento, todas las plazas no comprometidas por telegramas recibidos del extranjero, se darán a los españoles por riguroso turno de petición.

Las Agencias despacharán unos Cupones que se tendrán que cambiar en la Oficina de Turismo de San Sebastian, por los asientos o plaza definitiva si los hay aquel día o si no en las excursiones siguientes. Las Agencias podrán pedir las Plazas en firme por telegrama urgente con contestación pagada a SERNATURIS, RUTA.SAN SEBASTIAN, especificando el día de salida que deseen, para ir colocandolos en turno, si bien la plaza en firme no se les podrá dar más que en San Se-



- 2 -

bastian desde las doce del día vispera de la salida de Irún como antes se ha señalado. Por regla general hay plazas y basta pedirlo por carta con anticipación.

Los billetes serán despachados por las principales Agencias.

Los turistas españoles que lleven salvoconducto les será suficiente como documentación para tomar parte en la excursión. Los que no lo tengan, en San Sebastian se les dará uno colectivo solo para la Ruta de Guerra del Norte.

ITINERARIO P. (TUY) Duración 9 días, recorrido total 1.550 kms.

Precio: 400 pts. comprendiendo igual que el itinerario F.

Salida de la excursión desde Tuy los días 2,10 y 28 del mes de Julio, los días 5,13,21 y 29 del mes de Agosto y los días 6,14,22 y 28 del mes de Septiembre pudiendose ampliar los días de salida si hiciera falta. Seguramente seguirá parte de Octubre.

Para tener plaza en la excursión de Portugal por Tuy será necesario telegrafiar por telegrama urgente a SERNATURIS - RUTA - TUY con contestación pagada señalando el día de salida y petición en firme, para irlos colocando en turno si bien la plaza en firme no se les podrá dar más que en Vigo o Tuy desde las 12 de la vispera del día de salida. Los telegramas que no tengan contestación pagada no se contestarán. Se puede tambien escribir con anticipación.

-----



DIA 18 DE OCTUBRE DE 1938.

ITINERARIO PARA UNA EXCURSION EXTRAORDINARIA SIGUIENDO LA "RUTA DE GUERRA DEL NORTE" Y LLEGANDO HASTA LUGO Y SANTIAGO DE COMPOSTELA.

-----

Octubre 18 - 1.º día: SAN SEBASTIAN-SANTANDER. Salida a las 8,30

Almuerzo: Hostería del Mar, Iaredo.

ITINERARIO: San Sebastián, Zarauz, Deva, Eibar, Durango, Amorebieta, Bilbao, Castro-Urdiales, Iaredo, Santander.

Alojamiento: Hotel Real. (cena y desayuno).

" 19 - 20 día: SANTANDER - OVIEDO. Salida a las 9,00

Almuerzo: Parador de Gil Blas, Santillana.

ITINERARIO: Torrelavega, Cuevas de Altamira, Santillana del Mar, Comillas, San Vicente de la Barquera, Unquera, Llanes, Ribadesella, Arriandás, Infies-to, Pola, Oviedo.

Alojamiento: Hotel Pasaje, Oviedo (cena y desayuno)

" 20 - 31 día: OVIEDO. (almuerzo, cena y desayuno).

Por la mañana, visita de Oviedo y su frente de guerra.

" " tarde: visita de la Catedral y Cámara Sta.

" 21 - 42 día: OVIEDO - CORUÑA. Salida a las 8,30

Almuerzo en Ribadeo: Hotel "Ferrocarrilasa".

ITINERARIO: Oviedo, Trubia, Grado, Imarca, Castropol, Ribadeo, Mondoñedo, Villalba, Bahamonde, Botas-zos, Coruña.

Alojamiento: Hotel Atlántico, Coruña (cena y desayuno)

Visita a la torre de Hércules.

" 22 - 52 día: CORUÑA - SANTIAGO. Salida a las 7,30 u 8.

ITINERARIO: Coruña - Santiago, directo.

Alojamiento: Hotel Compostela (almuerzo, cena y desayuno)

Visita de Santiago: Ciudad y Catedral.

" 23 - 62 día: SANTIAGO, LUGO, RIBADEO, OVIEDO. Salida a las 8,00

Almuerzo: Hotel Ferrocarrilasa, Ribadeo.

ITINERARIO: Santiago, Lugo, Ribadeo, Vegadeo, Castropol, Imarca, Grado, Trubia, Oviedo.

Alojamiento: Hotel Pasaje y Hotel Asturias (cena y desayuno)

" 24 - 72 día: OVIEDO - OIJON - SANTANDER. Salida a las 9,00

### **13.3 Anexo III**

En este anexo incluimos el catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán.

El catálogo de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán

Organismo de publicación		Título TO y localización	Título TM y localización	Género textual
Patronato Nacional del Turismo	Patronato Nacional del Turismo: fase monárquica (1928-1931)	1. <i>La Nueva España</i> , BNE	1. <i>Das Neue Spanien</i> , BNE	<i>guía turística</i>
		2. <i>Exposición ibero-americana de Sevilla e internacional de Barcelona</i> , CDTE	2. <i>Ibero-Amerikanische Ausstellung in Sevilla und Internationale Ausstellung in Barcelona</i> , CDTE	<i>folleto turístico</i> (políptico)
		3. <i>Los jardines de España</i> , AGA	3. <i>Die Gärten von Spanien</i> , AGA	<i>hoja plegable</i>
		4. <i>España país de arte</i> , AGA	4. <i>Spanien das Land der Kunst</i> , AGA	
		5. <i>Alcalá de Henares</i> , AGA	5. <i>Alcalá de Henares</i> , CDTE	<i>hoja de ciudad</i>
		6. <i>Alicante</i> , CDTE	6. <i>Alicante</i> , AGA	
		7. <i>Ávila</i> , CDTE	7. <i>Ávila</i> , AGA	
		8. <i>Barcelona</i> , CDTE	8. <i>Barcelona</i> , AGA	
		9. <i>Burgos</i> , CDTE	9. <i>Burgos</i> , AGA	
		10. <i>Cádiz</i> , AGA	10. <i>Cádiz</i> , AGA	
		11. <i>Córdoba</i> , CDTE	11. <i>Córdoba</i> , AGA	
		12. <i>El Escorial</i> , AGA	12. <i>El Escorial</i> , AGA	
		13. <i>Granada</i> , CDTE	13. <i>Granada</i> , AGA	
		14. <i>Madrid</i> , CDTE	14. <i>Madrid</i> , AGA	
		15. <i>Málaga</i> , AGA	15. <i>Málaga</i> , AGA	
		16. <i>Las Palmas de Gran Canaria</i> , AGA	16. <i>Las Palmas de Gran Canaria</i> , CDTE	
		17. <i>León</i> , AGA	17. <i>León</i> , CDTE	
		18. <i>Palma de Mallorca</i> , CDTE	18. <i>Palma de Mallorca</i> , CDTE	
		19. <i>Salamanca</i> , CDTE	19. <i>Salamanca</i> , AGA	
		20. <i>San Sebastián</i> , CDTE	20. <i>San Sebastián</i> , CDTE	
		21. <i>Santander</i> , AGA	21. <i>Santander</i> , AGA	
		22. <i>Santa Cruz de Tenerife</i> , CDTE	22. <i>Santa Cruz de Tenerife</i> , AGA	
		23. <i>Santiago de Compostela</i> , CDTE	23. <i>Santiago de Compostela</i> , AGA	
		24. <i>Segovia</i> , AGA	24. <i>Segovia</i> , CDTE	
		25. <i>La Granja</i> , AGA	25. <i>La Granja</i> , AGA	
		26. <i>Sevilla</i> , CDTE	26. <i>Sevilla</i> , AGA	
		27. <i>Toledo</i> , AGA	27. <i>Toledo</i> , AGA	
		28. <i>Valencia</i> , AGA	28. <i>Valencia</i> , CDTE	
		29. <i>Valladolid</i> , CDTE	29. <i>Valladolid</i> , AGA	
		30. <i>Vigo</i> , AGA	30. <i>Vigo</i> , AGA	
		31. <i>Zaragoza</i> , CDTE	31. <i>Zaragoza</i> , AGA	
		32. <i>España</i> , AGA	32. <i>Spanien</i> , CDTE	<i>guía t.</i>
		33. <i>Mallorca</i> , CDTE	33. <i>Mallorca</i> , CDTE	<i>guía t.</i>
		34. <i>Córdoba</i> , CDTE	34. <i>Córdoba</i> , CDTE	<i>folleto t.</i> (tríptico)
		35. <i>Santander</i> , AGA	35. <i>Santander</i> , AGA	
		36. <i>Santiago de Compostela</i> , CDTE	36. <i>Santiago de Compostela</i> , CDTE	
	Patronato Nacional del Turismo: fase republicana (1931-1939)	37. <i>El Escorial</i> , CDTE	37. <i>El Escorial</i> , CDTE	<i>hoja de ciudad</i>
		38. <i>Cádiz</i> , CDTE	38. <i>Cádiz</i> , CDTE	
		39. <i>Palma de Mallorca</i> , CDTE	39. <i>Palma de Mallorca</i> , AGA	
		40. <i>Santander</i> , AGA	40. <i>Santander</i> , AGA	
Servicio Nacional del Turismo (1938-1939)		41. <i>La Ruta de Guerra del Norte</i> (1), BNE	41. <i>Die Kriegszonen im Norden</i> (1), HAT	<i>folleto t.</i> (políptico)
		42. <i>La Ruta de Guerra del Norte</i> (1bis), BNE	42. -	

## **13.4 Anexo IV**

En este anexo incluimos el corpus de publicaciones editadas entre 1928 y 1939 por las instituciones turísticas españolas y sus traducciones al alemán.

## 1. Los jardines de España

Organismo de publicación:	Patronato Nacional del Turismo (fase monárquica)
Traductor:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que el personal del Negociado de Interpretación de Lenguas fue el encargado de traducir este ejemplar <sup>257</sup>
Fecha de publicación:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1929
Localización TO:	AGA, (3) 49.2.12.219
Localización TM:	AGA, (3) 49.2.12219
Género textual:	<i>hoja plegable</i>
Tema:	los jardines y parques estatales más relevantes en España
Formato:	desplegable, políptico

*Los jardines de España-TO<sup>258</sup>*



*Los jardines de España-TM*



<sup>257</sup> Para más información sobre los encargados de la traducción en las instituciones turísticas y sobre la datación cronológica de los ejemplares del corpus textual, remitimos a los respectivos estudios de caso.

<sup>258</sup> Para más información sobre las abreviaturas, remitimos al *Listado de abreviaturas* de esta tesis doctoral.



Datos de interés turístico:

Dirección TO	Direcciones TM
ALCALÁ, 71 - MADRID	ALCALÁ, 71 - MADRID MÜNCHEN – RESIDENZSTRASSE 6

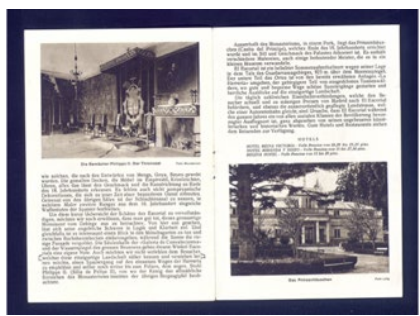
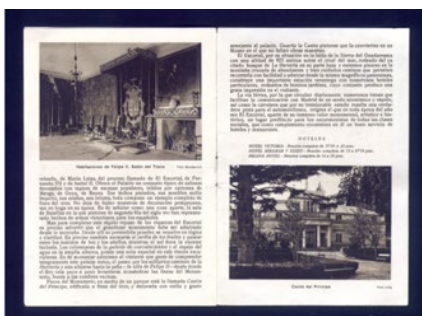
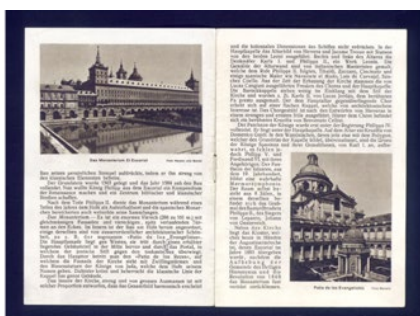
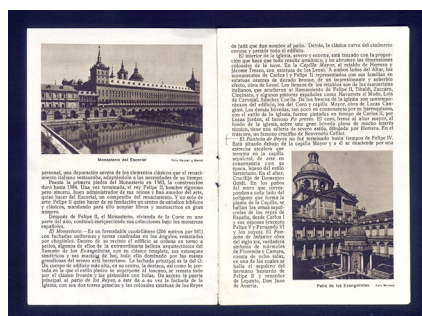
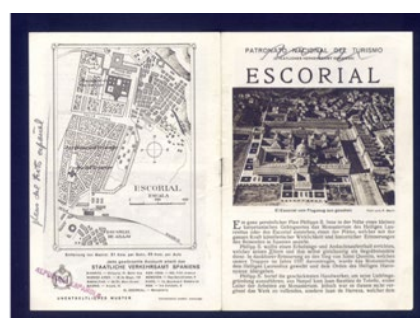
Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO	Fotógrafos TO
Jardín de Lindaraja (Alhambra de Granada)	Wunderlich
Jardín del Generalife (Granada)	Mas
Jardines del Alcázar de Sevilla	Mas
Jardín de Alfabia (Mallorca)	Mas
Jardín de los frailes (Escorial)	Hauser
Jardines de Aranjuez	Loty
Jardines de la Granja (Segovia)	Wunderlich
Jardín de Monforte (Valencia)	Lázaro
Jardín del Laberinto (Barcelona)	Mas
Jardín de Oca (Pontevedra)	Mas
Jardín del palacete de la Moncloa (Madrid)	Zárraga
Parque de María Luisa (Sevilla)	Loty

Ilustraciones TM	Fotógrafos TM
Der Garten Lindaraja (Alhambra in Granada)	Wunderlich
Der Garten des Generalife (Granada)	Mas
Die Gärten des Alcázar in Sevilla	Mas
Garten des Alfabia (Mallorka)	Mas
Der Mönchsgarten (Escorial)	Hauser and Menet
Die Gärten von Aranjuez	Loty
Die Gärten der Granja (Segovia)	Wunderlich
Der Garten von Monforte (Valencia)	Lázaro
Der Irrgarten (Barcelona)	Mas
Der Garten in Oco (Pontevedra)	Mas
Der Garten des Schlösschens der Moncloa (Madrid)	Zárraga
Der María-Luisen-Park (Sevilla)	Loty

## 2. El Escorial

Organismo de publicación:	Patronato Nacional del Turismo (fase monárquica)
Traductor:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que el personal del Negociado de Interpretación de Lenguas fue el encargado de traducir este ejemplar
Fecha de publicación:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1929
Localización TO:	AGA, (3) 49.2.12.221
Localización TM:	AGA, (3) 49.2.12.221
Género textual:	hoja de ciudad
Tema:	el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial (Madrid)
Formato:	libro pequeño

El Escorial-TO<sup>mon</sup>El Escorial-TM<sup>mon</sup>

Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TM <sup>mon</sup>
HOTEL VICTORIA – Pensión completa de 17'50 a 25 ptas. HOTEL MIRAMAR Y SUIZO – Pensión completa de 15 a 27'50 ptas. REGINA HOTEL – Pensión completa de 12 a 18 ptas.	HOTEL VICTORIA – Volle Pension von 20,20 bis 25,25 ptas. HOTEL MIRAMAR Y SUIZO – Volle Pension von 15 bis 27,50 ptas. REGINA HOTEL – Volle Pension von 15 bis 20 ptas.

Distancias TO <sup>mon</sup>	Distancias TM <sup>mon</sup>
Distancia a Madrid: por f.c. 51 kms. Y 49 por carretera	Entfernung von Madrid: 51 Kms. per Bahn, 49 Kms. per Auto

Direcciones TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
MEDINACELI, 2 - MADRID ESCORIAL - Monasterio	BIARRITZ. – Chiberta. Pl. Belle Vue BUENOS AIRES. – 25 de mayo, 158 GIBRALTAR. – 63/67, Main Street MADRID. – Alcalá, 65 NEW-YORK. – 695, Fifth Avenue MÜNCHEN – Residenzstrasse, 6 PARÍS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, [ILEGIBLE] ESCORIAL – Monasterio

Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
El Escorial visto desde un avión	Luis R. Marín
Monasterio del Escorial	Hauser y Menet
Patio de los Evangelistas	Moreno
Palacio. Salón de los Embajadores	Moreno
Palacio. Salón de recepciones	Moreno
Habitaciones de Felipe II. Salón del Trono	Wunderlich
Casita del Príncipe	Loty

Ilustraciones TM <sup>mon</sup>	Fotógrafos TM <sup>mon</sup>
El Escorial von Flugzeug ausgesehen	Luis R. Marín
Das Monasterium El Escorial	Hauser y Menet
Patio de los Evangelistas	Moreno
Der Palast. Der Gesandtensaal	Moreno
Der Palast. Der Empfangssaal	Moreno
Die Gemächer Philipps II. Der Thronsaal	Wunderlich
Das Prinzenhäuschen	Loty



### 3. Palma de Mallorca

Organismo de publicación:  
Traductor:

Fecha de publicación:

Localización TO:

Localización TM:

Género textual:

Tema:

Formato:

Patronato Nacional del Turismo (fase monárquica)

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que el personal del Negociado de Interpretación de Lenguas fue el encargado de traducir este ejemplar

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1929

CDTE, F4-I-221938

CDTE, F4-I-221938

hoja de ciudad

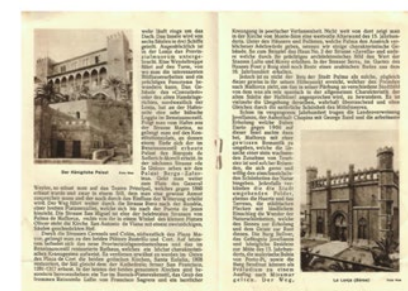
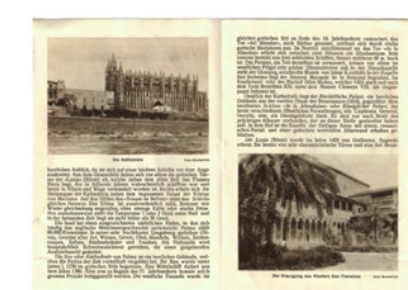
la isla de Mallorca y su capital Palma de Mallorca

libro pequeño

Palma de Mallorca-TO<sup>mon</sup>



Palma de Mallorca-TM<sup>mon</sup>



Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TM <sup>mon</sup>
HOTEL FORMENTOR “Puerto de Pollensa” – Pensión completa de 35 a 80 ptas. HOTEL REINA VICTORIA – Pensión completa de 20 a 50 ptas. HOTEL MEDITERRÁNEO – Pensión completa de 18 a 24 ptas. GRAN HOTEL – Pensión completa 17'50 a 45 ptas. HOTEL PRÍNCIPE ALFONSO – Pensión completa de 15 a 30 ptas. HOTEL ALHAMBRA – Pensión completa 12'50 a 30 ptas. HOTEL ROYAL – Pensión completa de 18 a 24 ptas. HOTEL CALA MAYOR – HOTEL INGLÉS – HOTEL CONTINENTAL – HOTEL SUIZO – HOTEL FERROCARRIL	HOTEL FORMENTOR “Hafen von Pollensa” – Volle Pension 35 bis 80 ptas. HOTEL REINA VICTORIA – Volle Pension 20 bis 50 ptas. HOTEL MEDITERRÁNEO – Volle Pension 18 bis 24 ptas. GRAN HOTEL – Volle Pension 17'50 bis 45 ptas. HOTEL PRÍNCIPE ALFONSO – Volle Pension 15 bis 30 ptas. HOTEL ALHAMBRA – Volle Pension 12'50 bis 30 ptas. HOTEL ROYAL – Volle Pension 18 bis 24 ptas. HOTEL CALA MAYOR – HOTEL INGLÉS – HOTEL CONTINENTAL – HOTEL SUIZO – HOTEL FERROCARRIL

Conexiones TO <sup>mon</sup>	Conexiones TM <sup>mon</sup>
Se comunica semanalmente con: Barcelona, Tarragona, Valencia, Alicante, Marsella y Argel Distancia a Barcelona 131 millas y a Valencia 141	Wöchentliche Verbindung mit Barcelona, Tarragona, Valencia, Alicante, Marsella und Tarragona. Entfernung von Barcelona 131 Meilen von Valencia 141

Dirección TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
ALCALÁ, 65 - MADRID	BIARRITZ. – Chiberta. Pl. Belle Vue BUENOS AIRES. – 25 de mayo, 158 GIBRALTAR. – 63/67, Main Street MADRID. – Alcalá, 65 NEW-YORK. – 695, Fifth Avenue MÜNCHEN – Residenzstrasse, 6 PARÍS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, 9 PALMA DE MALLORCA – Paseo del Borne, 38 y 40

Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
Vista parcial desde el puerto	“Fomento del Turismo”
La Catedral	Wunderlich
Claustro del Convento de San Francisco	Wunderlich
Palacio de la Almudaina	Mas
La Lonja	Mas
Castillo de Bellver	Mas
Jardín de la Alfabia	Mas

Ilustraciones TM <sup>mon</sup>	Fotógrafos TM <sup>mon</sup>
Teilansicht vom Hafen aus	“(Foto) Fomento del Turismo”
Die Kathedrale	Wunderlich
Der Kreuzgang des Klosters San Francisco	Wunderlich
Der Königliche Palast	Mas
La Lonja (Börse)	Mas
Die Burg Bellver	Mas
Der Garten von Alfabia	Mas

## 4. Cádiz

Organismo de publicación:  
Traductor:

Patronato Nacional del Turismo (fase monárquica)  
No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que el personal del Negociado de Interpretación de Lenguas fue el encargado de traducir este ejemplar

Fecha de publicación:

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1930

Localización TO:

AGA, (3) 49.2.12.221

Localización TM:

AGA, (3) 49.2.12.221

Género textual:

hoja de ciudad

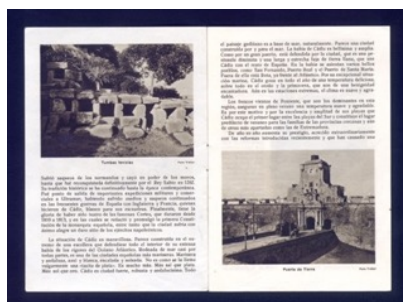
Tema:

la ciudad de Cádiz

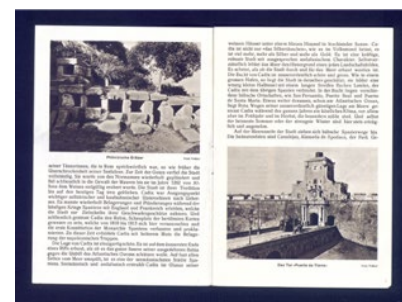
Formato:

libro pequeño

Cádiz-TO<sup>mon</sup>



Cádiz-TM<sup>mon</sup>



Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>mon</sup>	Hoteles TM <sup>mon</sup>
GRAN HOTEL ATLÁNTICO – Pensión completa de 33 a 60 ptas. HOTEL DE LA PLAYA – Pensión completa de 19 a 30 ptas. HOTEL DE FRANCE ET PARIS – Pensión completa de 17'50 a 40 ptas. HOTEL CONTINENTAL – Pensión completa de 15 a 20 ptas. HOTEL VICTORIA – Pensión completa de 10 a 12'50 ptas.	GRAN HOTEL ATLÁNTICO – Volle Pension von 25 bis 100 ptas. HOTEL DE FRANCE ET PARIS – Volle Pension 17,50 bis 40 ptas. HOTEL CONTINENTAL – Volle Pension 11,50 bis 12,50 ptas. HOTEL LORETO – Volle Pension 11,50 bis 12,50 ptas.

Distancias TO <sup>mon</sup>	Distancias TM <sup>mon</sup>
Distancia a Madrid: por f. c. 727 Kms. y 746 por carretera	Entfernung von Madrid: 727 Km. per Bahn, 746 km. per Auto

Direcciones TO <sup>mon</sup>	Direcciones TM <sup>mon</sup>
MEDINACELI, 2 - MADRID CÁDIZ - Muelle	NEW YORK. – 695, Fifth Avenue GIBRALTAR. – 63/67, Main Street PARIS. – 12, Boulevard Madeleine ROM. – Via Condotti, 9 MÜNCHEN. – Residenzstrasse, 6 BUENOS AIRES. – 25 de Mayo, 158 MADRID. – Alcalá, 65

Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO <sup>mon</sup>	Fotógrafos TO <sup>mon</sup>
Vista general	Trébol
Tumbas fenicias	Trébol
Puerta de Tierra	Trébol
La Catedral	Trébol
Iglesia del Carmen	Trébol
Patio del Hospital de mujeres	Mas
Parque Genovés	Trébol

Ilustraciones TM <sup>mon</sup>	Fotógrafos TM <sup>mon</sup>
Gesamtansicht	Trébol
Phönizische Gräber	Trébol
Das Tor "Puerta de Tierra"	Trébol
Die Kathedrale	Trébol
Die Kirche Carmen	Trébol
Hof des Frauenhospitals	Mas
Der Park Genovés	Trébol



## 5. El Escorial

Organismo de publicación:  
Traductor:

Fecha de publicación:

Localización TO:

Localización TM:

Género textual:

Tema:

Formato:

Patronato Nacional del Turismo (fase republicana)

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que la traductora fue Gisela Ephrussi, contratada de forma externa por el Patronato Nacional del Turismo

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1933

CDTE, F13-II-223209

CDTE, F13-I-027244

hoja de ciudad

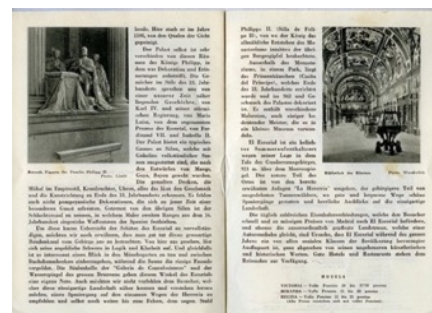
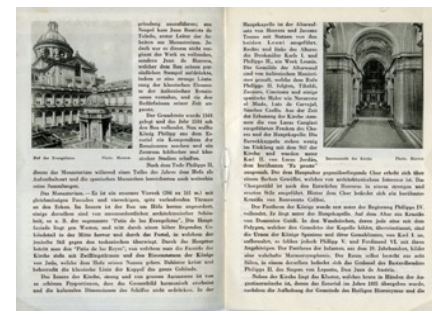
el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial (Madrid)

libro pequeño

El Escorial-TO<sup>rep</sup>



El Escorial-TM<sup>rep</sup>



Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>rep</sup>	Hoteles TM <sup>rep</sup>
VICTORIA – Pensión completa de 20 a 37,50 pesetas	VICTORIA – Volle Pension von 20 bis 37,50 ptas.
MIRANDA – Pensión completa de 15 a 25 pesetas	MIRANDA – Volle Pension von 15 bis 25 ptas.
REGINA – Pensión completa de 12 a 25 pesetas	REGINA– Volle Pension von 12 bis 25 ptas. (Alle Preise verstehen sich mit voller Pension).

Distancias TO <sup>rep</sup>	Distancias TM <sup>rep</sup>
A Madrid = 51 Km. por F.C. y 49 por carretera	Von Madrid = 51 Km. per Bahn u. 49 per Auto
A Irun = 580 512	Von Irun = 580 512
A Port-Bou = 903	Von Port-Bou = 903
A La Junquera = 832	Von La Junquera 832
A Algeciras = 795 773	Von Algeciras = 795 773
A París = 1.403 1.336	Von París = 1.403 1.336

Direcciones TO <sup>rep</sup>	Direcciones TM <sup>rep</sup>
MADRID - Medinaceli, 2	MADRID - Medinaceli, 2
PARIS - 12, Bd. Madeleine	PARIS - 12, Bd. Madeleine
ESCORIAL - Monasterio	ESCORIAL - Monasterium

Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
Vista parcial del Monasterio	-
Patio de los Evangelistas	-
Aspecto interior de la Basílica	-
Panteón de Reyes	-
Palacio. Salón con tapices de Goya	-
Grupo orante de la Familia de Felipe II	-
Biblioteca del Monasterio	-

Ilustraciones TM <sup>rep</sup>	Fotógrafos TM <sup>rep</sup>
Teilansicht des Klosters	Wunderlich
Hof der Evangelisten	Moreno
Innenansicht der Kirche	Moreno
Pantheon der Könige	Moreno
Schloss. Saal mit Goya-Tapisserien	Wunderlich
Betende Figuren der Familie Philipp II	Lladó
Bibliothek des Klosters	Wunderlich

## 6. Palma de Mallorca

Organismo de publicación:  
Traductor:

Patronato Nacional del Turismo (fase republicana)  
No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que la traductora fue Gisela Ephrussi, contratada de forma externa por el Patronato Nacional del Turismo

Fecha de publicación:

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1933

Localización TO:

CDTE, F4-I-027255

Localización TM:

AGA, (3) 49.2.12.220

Género textual:

hoja de ciudad

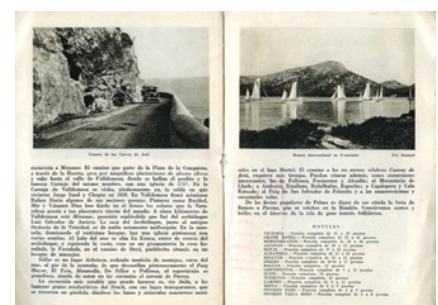
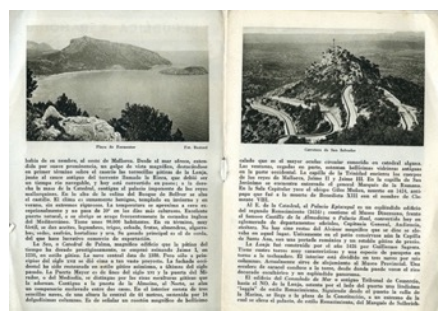
Tema:

la isla de Mallorca y su capital Palma de Mallorca

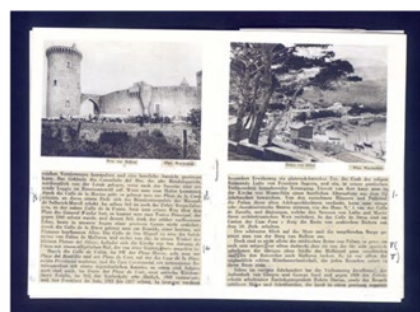
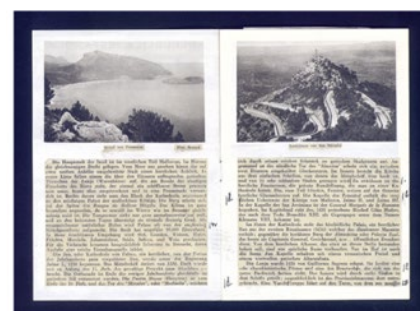
Formato:

libro pequeño

Palma de Mallorca-TO<sup>rep</sup>



Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>





Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>rep</sup>	Hoteles TM <sup>rep</sup>
<p>VICTORIA – Pensión completa de 18 a 50 pesetas</p> <p>GRAND HOTEL – Pensión completa de 15 a 45 pesetas</p> <p>MEDITERRÁNEO – Pensión completa de 18 a 40 pesetas</p> <p>ALFONSO – Pensión completa de 20 a 35 pesetas</p> <p>ROYAL – Pensión completa de 17 a 33 pesetas</p> <p>ALHAMBRA – Pensión completa de 15 a 30 pesetas</p> <p>BELLVER – Pensión completa de 12 a 25 pesetas</p> <p>INGLES – Pensión completa de 13'50 a 17 pesetas</p> <p>BALEAR – Pensión completa, 12 pesetas</p> <p>CONTINENTAL – Pensión completa de 9 a 12 pesetas</p> <p>SUIZO – Pensión completa, 10 pesetas</p> <p>TERMINUS – Pensión completa, 10 pesetas</p> <p>GARZON – Pensión completa de 9 a 15 pesetas</p> <p>REPLA – Pensión completa de 8 a 9 pesetas</p> <p>PENSION PERU – Pensión completa de 6 a 9 pesetas</p> <p>PENSION VILLA ROSA – Pensión completa de 6 a 8 pesetas</p>	<p>VICTORIA – Volle Pension 18 bis 50 pesetas</p> <p>GRAND HOTEL – Id. id.: 15 bis 45 ptas.</p> <p>MEDITERRÁNEO – Id. id.: 18 bis 40 ptas.</p> <p>ALFONSO – Id. id.: 20 bis 35 ptas.</p> <p>ROYAL – Id. id.: 17 bis 33 ptas.</p> <p>ALHAMBRA – Id. id.: 15 bis 30 ptas.</p> <p>BELLVER – Id. id.: 12 bis 25 ptas.</p> <p>INGLES – Id. id.: 13'50 bis 17 ptas.</p> <p>BALEAR – Id. id.: 12 ptas.</p> <p>CONTINENTAL – Id. id.: 9 bis 12 ptas.</p> <p>SUIZO – Id. id.: 10 ptas.</p> <p>TERMINUS – Id. id.: 10 ptas.</p> <p>GARZON – Id. id.: 9 bis 15 ptas.</p> <p>REPLA – Id. id.: 8 bis 9 ptas.</p> <p>PENSION PERU – Id. id.: 6 bis 9 ptas.</p> <p>PENSION VILLA ROSA – Id. id.: 6 bis 8 ptas.</p> <p>(Alle Preise verstehen sich mit voller Pension).</p>

Conexiones TO <sup>rep</sup>	Conexiones TM <sup>rep</sup>
<p>Servicio marítimo diario (excepto los domingos) con Barcelona; bisemanal con Valencia; y semanal con Alicante, Tarragona, Marsella y Argel.</p>	<p>Dampfverbindungen zwischen Mallorca und Barcelona, taeglich (mit Ausnahme v. Sonntag); und Valencia (zweimal woechentlich); und Alicante, Tarragona, Marseille, Algier (einmal woechentlich).</p>

Dirección TO <sup>rep</sup>	Direcciones TO <sup>rep</sup>
<p>MADRID - Medinaceli, 2</p> <p>PARIS - 12, Bd. Madeleine</p> <p>PALMA DE MALLORCA - Paseo del Borne, 38-40</p>	<p>MADRID - Medinaceli, 2</p> <p>PARIS - 12, Bd. Madeleine</p> <p>PALMA DE MALLORCA - Paseo del Borne, 38-40</p>

Ilustraciones y fotografías:

Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
Catedral	Wunderlich
Playa de Formentor	Bestard
Carretera de San Salvador	-
Castillo de Bellver	Wunderlich
Puerto de Sóller	Wunderlich
Camino de las Cuevas de Artá	-
Regata internacional de Formentor	Bestard

Ilustraciones TM <sup>rep</sup>	Fotógrafos TM <sup>rep</sup>
Kathedrale	Wunderlich
Strand von Formentor	Bestard
Landstrasse von San Salvador	-
Burg von Bellver	Wunderlich
Hafen von Sóller	Wunderlich
Weg zu den Hölen von Artá	-
Internationale Regatta von Formentor	Bestard



## 7. Cádiz

Organismo de publicación:  
Traductor:

Fecha de publicación:

Localización TO:

Localización TM:

Género textual:

Tema:

Formato:

Patronato Nacional del Turismo (fase republicana)

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que la traductora fue Gisela Ephrussi, contratada de forma externa por el Patronato Nacional del Turismo

No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1933

CDTE, F1-XX-223271

CDTE, F1-II-221781

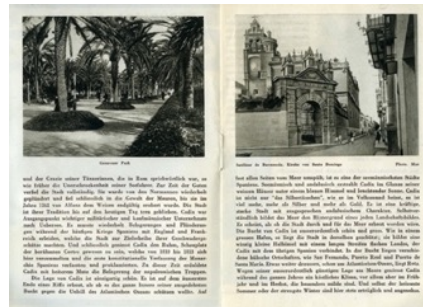
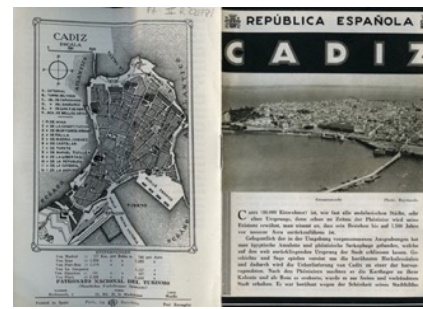
*hoja de ciudad*

la ciudad de Cádiz

libro pequeño

Cádiz-TO<sup>rep</sup>

Cádiz-TM<sup>rep</sup>



Datos de interés turístico:

Hoteles TO <sup>rep</sup>	Hoteles TM <sup>rep</sup>
ATLÁNTICO—Pensión completa de 25 a 100 pesetas	ATLÁNTICO – Volle Pension 25 bis 100 pesetas
FRANCE ET PARIS—Pensión completa de 15 a 44 pesetas	FRANCE ET PARIS – Volle Pension 15 bis 44 pesetas
VICTORIA—Pensión completa de 15 a 25 pesetas	VICTORIA – Volle Pension 15 bis 25 pesetas
CONTINENTAL—Pensión completa 15 pesetas	CONTINENTAL – Volle Pension 15 pesetas
LORETO—Pensión completa de 10 a 12 pesetas	LORETO – Volle Pension 10 bis 12 pesetas
SUIZO—Pensión completa de 9 a 12'50 pesetas	SUIZO – Volle Pension 9 bis 12'50 pesetas
PENINSULAR—Pensión completa de 7 a 12'50 pesetas	PENINSULAR – Volle Pension 7 bis 12'50 pesetas
CATALUÑA—Pensión completa de 8 a 10 pesetas	CATALUÑA – Volle Pension 8 bis 10 pesetas
CERVANTES—Pensión completa de 8 a 9 pesetas	CERVANTES – Volle Pension 8 bis 9 pesetas (Alle Preise verstehen sich mit voller Pension)

Distancias TO <sup>rep</sup>	Distancias TM <sup>rep</sup>
A Madrid = 727 Km. por F.C. y 746 por carretera	Von Madrid = 727 Km. per Bahn u. 746 per Auto
A Irun = 1.358 1.233	Von Irun = 1.358 1.233
A Port-Bou = 1.579	Von Port-Bou = 1.579
A La Junquera 1.527	Von La Junquera 1.527
A Algeciras = 435 127	Von Algeciras = 135 127
A París = 2.182 2.018	Von París = 2.182 2.018

Direcciones TO <sup>rep</sup>	Direcciones TM <sup>rep</sup>
MADRID - Medinaceli, 2	MADRID - Medinaceli, 2
PARIS - 12, Bd. Madeleine	PARIS - 12, Bd. de la Madeleine
CÁDIZ - Muelle	CADIZ - Muelle

Ilustraciones y fotografías:

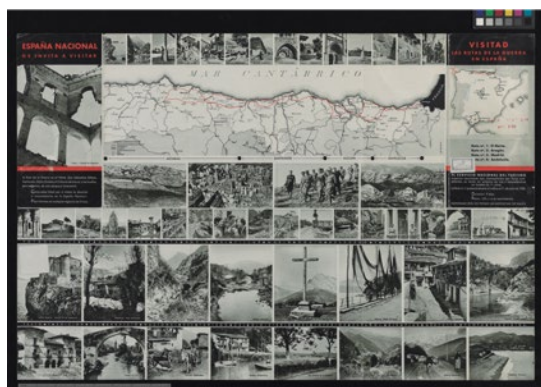
Ilustraciones TO <sup>rep</sup>	Fotógrafos TO <sup>rep</sup>
Vista general	-
Parque Genovés	-
Sanlúcar de Barrameda. Iglesia de Santo Domingo	-
Catedral Nueva	-
Patio de la cárcel de mujeres	-
Casa de las Cadenas	-
Tumbas fenicias	-

Ilustraciones TM <sup>rep</sup>	Fotógrafos TM <sup>rep</sup>
Gesamtansicht	Reymundo
Genoveser Park	-
Sanlúcar de Barrameda. Kirche von Santo Domingo	Mas
Neue Kathedrale	-
Hof des Frauenkrankenhauses	Mas
Ketten-Haus	-
Phönizische Gräber	-

## 8. La Ruta de Guerra del Norte (1)

Organismo de publicación:	Servicio Nacional del Turismo
Traductor:	No consta
Fecha de publicación:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1938
Localización TO:	BNE, MV/1/1355
Localización TM:	HAT, S32-XX-45
Género textual:	<i>folleto turístico (políptico)</i>
Tema:	la Ruta de Guerra del Norte (Irún-Gijón); Itinerario "F"; campaña turística <i>Rutas Nacionales de Guerra</i>
Formato:	desplegable, políptico

La Ruta de Guerra del Norte (1)-TO



La Ruta de Guerra del Norte (1)-TM

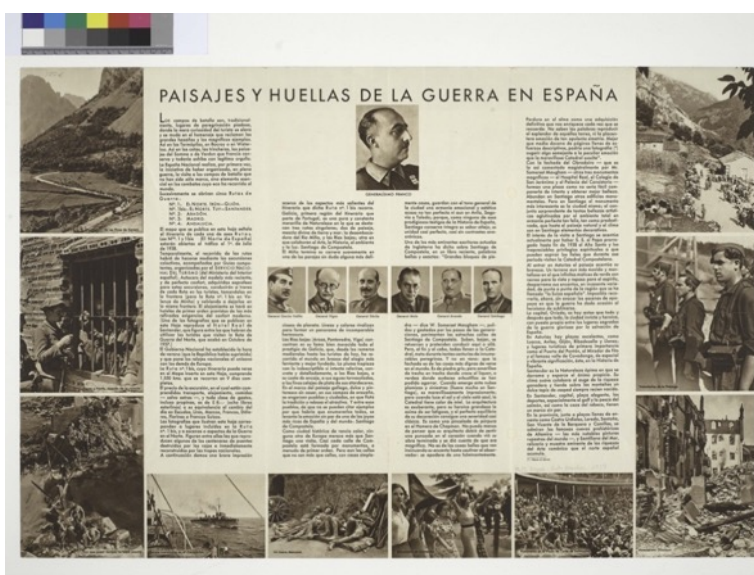




## 9. La Ruta de Guerra del Norte (1bis)

Organismo de publicación:	Servicio Nacional del Turismo
Traductor:	No consta
Fecha de publicación:	No consta. Gracias a nuestra labor de documentación, deducimos que fue publicado en 1938
Localización TO:	BNE, MV/1/1356
Localización TM:	-
Género textual:	<i>folleto turístico (políptico)</i>
Tema:	la Ruta de Guerra del Norte (Tuy-Santander); Itinerario "P"; campaña turística <i>Rutas Nacionales de Guerra</i>
Formato:	desplegable, políptico

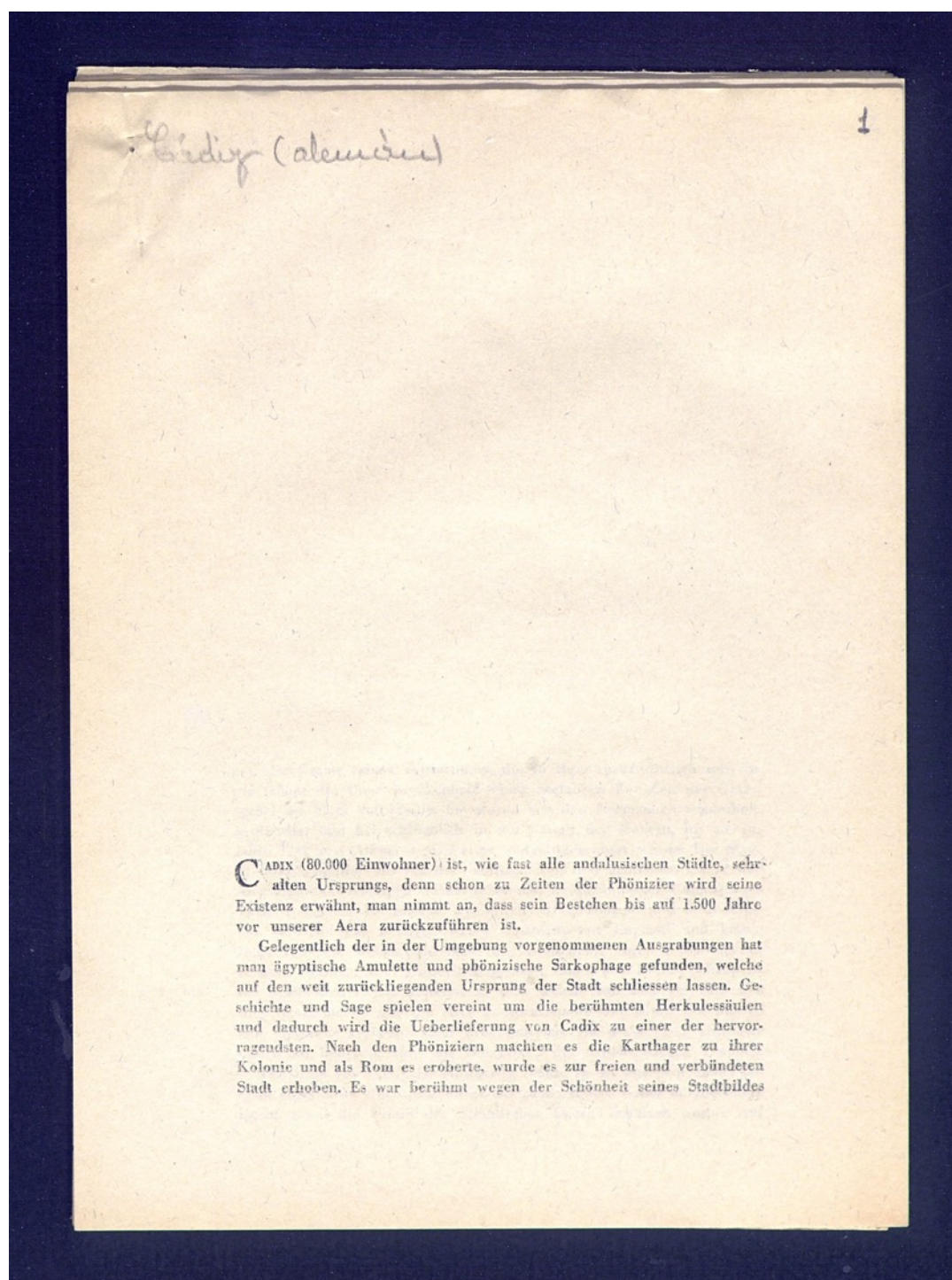
### La Ruta de Guerra del Norte (1bis)-TO



### **13.5 Anexo V**

En este anexo incluimos los materiales generados en el proceso de reedición republicano (1933).

Las hojas de impresión de la reedición de la traducción al alemán de *Cádiz* proceden del Archivo General de la Administración (AGA) situado en Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.221.





und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so wie früher die Unerschrockenheit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt geplündert und fiel schliesslich in die Gewalt der Mauren, bis sie im Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünderungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frankreich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwadergeschütze machten. Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz der berühmten Cortes gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste konstitutionelle Verfassung der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen.

Die Lage von Cadix ist einzigartig schön. Es ist auf dem äussersten Ende eines Riffs erbaut, als ob es das ganze Innere seiner ausgedehnten Bucht gegen die Unbill des Atlantischen Ozeans schützen wollte. Auf



fast allen Seiten vom Meer umspült, ist es eine der seemännischsten Städte Spaniens. Seemännisch und andalusisch erstrahlt Cadix im Glanze seiner weissen Häuser unter einem blauen Himmel und leuchtender Sonne. Cadix ist nicht nur "das Silbertässchen", wie es im Volksmund heisst, es ist viel mehr, mehr als Silber und mehr als Gold. Es ist eine kräftige, starke Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. Selbstverständlich bildet das Meer den Hintergrund eines jeden Landschaftsbildes. Es scheint, als ob die Stadt durch und für das Meer erbaut worden wäre. Die Bucht von Cadix ist ausserordentlich schön und gross. Wie in einem grossen Hafen, so liegt die Stadt in derselben geschützt; sie bildet eine winzig kleine Halbinsel mit einem langen Streifen flachen Landes, der Cadix mit dem übrigen Spanien verbindet. In der Bucht liegen verschiedene hübsche Ortschaften, wie San Fernando, Puerto Real und Puerto de Santa María. Etwas weiter draussen, schon am Atlantischen Ozean, liegt Rota. Wegen seiner ausserordentlich günstigen Lage am Meere geniesst Cadix während des ganzen Jahres ein köstliches Klima, vor allem aber im Frühjahr und im Herbst, die besonders milde sind. Und selbst der heisseste Sommer oder der strengste Winter sind hier stets erträglich und angenehm.



Die kühlen Westwinde die in dieser Gegend vorherrschend sind verleihen dem Klima selbst im Hochsommer eine angenehme Frische und aus diesem Grund, sowie wegen seinen schönen und ausgedehnten Strändern, ist Cadix an erster Stelle unter den südlichen Seebädern zu nennen und wird mit Verliebe von den Familien nicht nur der umliegenden Provinzen, sondern auch der entfernteren, wie Extremadura aufgesucht. Von Jahr zu Jahr wird der Ruf von Cadix grösser, dank auch der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen, die sich hauptsächlich auf die prachtvollen Einrichtungen des Grand Hotels, Kasi-

nos, Schwimmbades und des Strands beziehen, und die auf sehr gelungene und geschmackvolle Weise sich in den Dienst der natürlichen Schönheiten des Ortes zu stellen gewusst haben.

Auf der Meeresseite der Stadt ziehen sich hübsche Spazierwege hin. Die bedeutendsten sind Canalejas, Alameda de Apodaca, der Park Genovés, von wo man herrliche Aussichten geniesst. Eine Fülle von Palmen und anderen Tropenpflanzen sowie auch die Flora kälterer Regionen zieren die Anlagen. In der Stadt selbst sind reizende Plätze mit einem reichen und mannigfaltigen Baumbestand.

Ausserhalb der Stadtmauer liegen malerische Viertel. In der Mauer selbst ist die *Puerta de Tierra* eingelassen, welche in das gleichnamige Stadtviertel führt. Es ist dies ein beliebter Ausflugsort mit vielen typischen Gartenrestaurationen. Auch der Strand mit guten Badeanlagen, besonders hervorzuheben ist der Strand Victoria.

Die kühlen Westwinde die in dieser Gegend vorherrschend sind verleihen dem Klima selbst im Hochsommer eine angenehme Frische und aus diesem Grund, sowie wegen seinen schönen und ausgedehnten Strändern, ist Cadix an erster Stelle unter den südlichen Seebädern zu nennen und wird mit Verliebe von den Familien nicht nur der umliegenden Provinzen, sondern auch der entfernteren, wie Extremadura aufgesucht. Von Jahr zu Jahr wird der Ruf von Cadix grösser, dank auch der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen, die sich hauptsächlich auf die prachtvollen Einrichtungen des Grand Hotels, Kasi-

Das alte Mauerwerk ist nur teilweise erhalten, so dass eine Erweiterung der Stadt möglich gewesen ist. Obgleich die Strassen gerade angelegt und gut gepflastert sind, ist das Gesamtbild der Stadt doch durchaus andalusisch.

Es sind nur noch wenige Spuren des früheren Denkmälerreichtums erhalten. Dafür sind jedoch Zeugen einer unserer Zeit näherliegenden Grösse, als Spanien in Amerika Kolonien besass, die Eleganz und der gute Geschmack der Privathäuser mit ihren Marmorhöfen. Die ältesten Kirchen stammen aus dem 17. Jahrhundert, denn die Kirche *Santa*

*Cruz*, welche zur Zeit der Eroberung der Stadt

durch Alfons den Weisen Kathedrale war, wurde von den Engländern 1596 zerstört und im Jahre 1602 wieder neu erbaut. Die ursprüngliche Bauart und Dekoration sind infolgedessen nicht erhalten geblieben; jedoch auch der Neubau ist interessant, vor allem durch die schönen Skulpturen. Die in der Alameda de Apodaca gelegene Kirche *Carmen*, deren Inneres im Barockstil gehalten ist, weist zwei beachtenswerte offene Glockentürme auf. Die Kirche *San Agustín* besitzt einen wundervollen Christus, welcher von Jher Martínez Montañés zugeschrieben wird, obwohl er stark an die Eigenart Pedro Roldáns erinnert. Es ist ein besonders schönes Stück des plastischen Barockes Andalusiens. Ausserdem zeigt man in dieser Kirche einige wertvolle Gemälde. Interessante Schnitzereien und Fliesentäfelwerk befinden sich in der Kirche *Santa María*. Die Kirchen *Rosario*, *Santa Cueva* und andere enthalten prachtvolle Altäre des neuklassischen Stiles, welche die Aufmerksamkeit des Reisenden durch die Üppigkeit des



Materialen, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. Die *Kirche Capuchinos* weist eine reiche Sammlung an Gemälden von Murillo und seiner Schüler auf. Es treten besonders eine *Concepción* und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde "Los desposorios de Santa Catalina", welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und den Tod fand. Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die *Kirche Santiago*. Sie enthält einige gute Skulpturen und beachtenswerte Schnitzereien. Die *Kapelle des Hospitals* besitzt einen wundervollen Greco, den Heiligen Franziskus darstellend.

Die *Kathedrale* ist neueren Stiles. Sie wurde zu Anfang des 18. Jahrhunderts begonnen und erst gegen Mitte des 19. fertiggestellt. Selbstverständlich entspricht sie dem neuklassischen Geschmack jener Zeit. Der Gesamteindruck ist schön und elegant, wohl aber kalt. Das Hauptelement ihrer inneren und äusseren Dekoration bildet die korinthische Säule und der Marmor, der für dieselben verwendet worden ist. Das Tabernakel ist aus Marmor, Jaspis und Bronze, es weist strenge aber doch leichte Linien auf. In den zahlreichen Kapellen, von denen einige auffallend schön sind, wie zum Beispiel die der Reliquien, gibt es



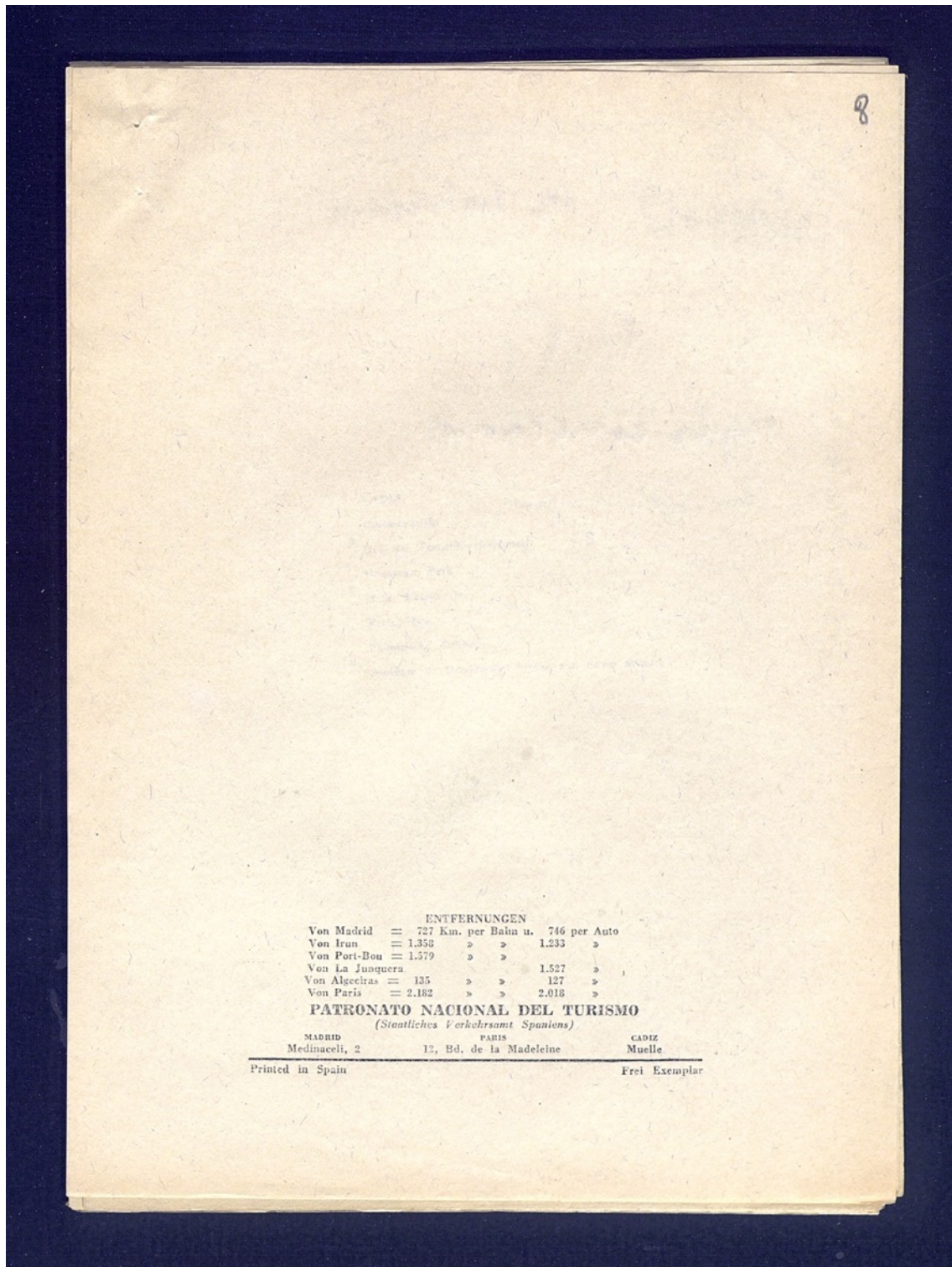
bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martínez Montañés, Arce und anderen. Besonders hervorzuheben ist der wunderbare San Bruno von Montañés in der Kapelle des Heiligen Sebastian. Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. Beachtenswert ist das aus dem Karthäuserkloster bei Sevilla stammende Chorgestühl, welches von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. Auch verdienen die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, erwähnt zu werden. Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse.

Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: *Das Rathaus*, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das *Hospiz* und das *Gefängnis*. Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Standpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix wohl bezeichnet werden kann. Bemerkenswert sind unter den Militärbauten die Burgen Santa Catalina, San Sebastian und San Lorenzo del Puntal, ferner der Turm Tavira, von dessen Zinnen man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean geniesst. Man sollte auch die Ruinen des verschwundenen Herkulestempels in Sancti Petri besuchen; die *Gemäldegalerie*, welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán; das *Archäologische Museum* der Provinz; das *Grosse Theater*, welches seit einigen Jahren den Namen des grossen Komponisten aus Cadix, Manuel de Falla, führt; die *Kapelle des Witwenhauses von Frajela*, und das Gotteshaus *San Felipe Neri*, Sitz der Cortes im Jahre 1812. Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung jener Männer, deren Geist noch heute über der Stadt zu schweben scheint.

## HOTELS

ATLANTICO — Volle Pension 25 bis 100 pesetas  
 FRANCE ET PARIS — Volle Pension 15 bis 44 pesetas  
 VICTORIA — Volle Pension 15 bis 25 pesetas  
 CONTINENTAL — Volle Pension 15 pesetas  
 NOVELTY — Volle Pension 15 pesetas  
 LORETO — Volle Pension 10 bis 12 pesetas  
 SUIZO — Volle Pension 9 bis 12'50 pesetas  
 PENINSULAR — Volle Pension 7 bis 12'50 pesetas  
 CATALUNA — Volle Pension 8 bis 10 pesetas  
 CERVANTES — Volle Pension 8 bis 9 pesetas  
 Alle Preise verstehen sich mit voller Pension).



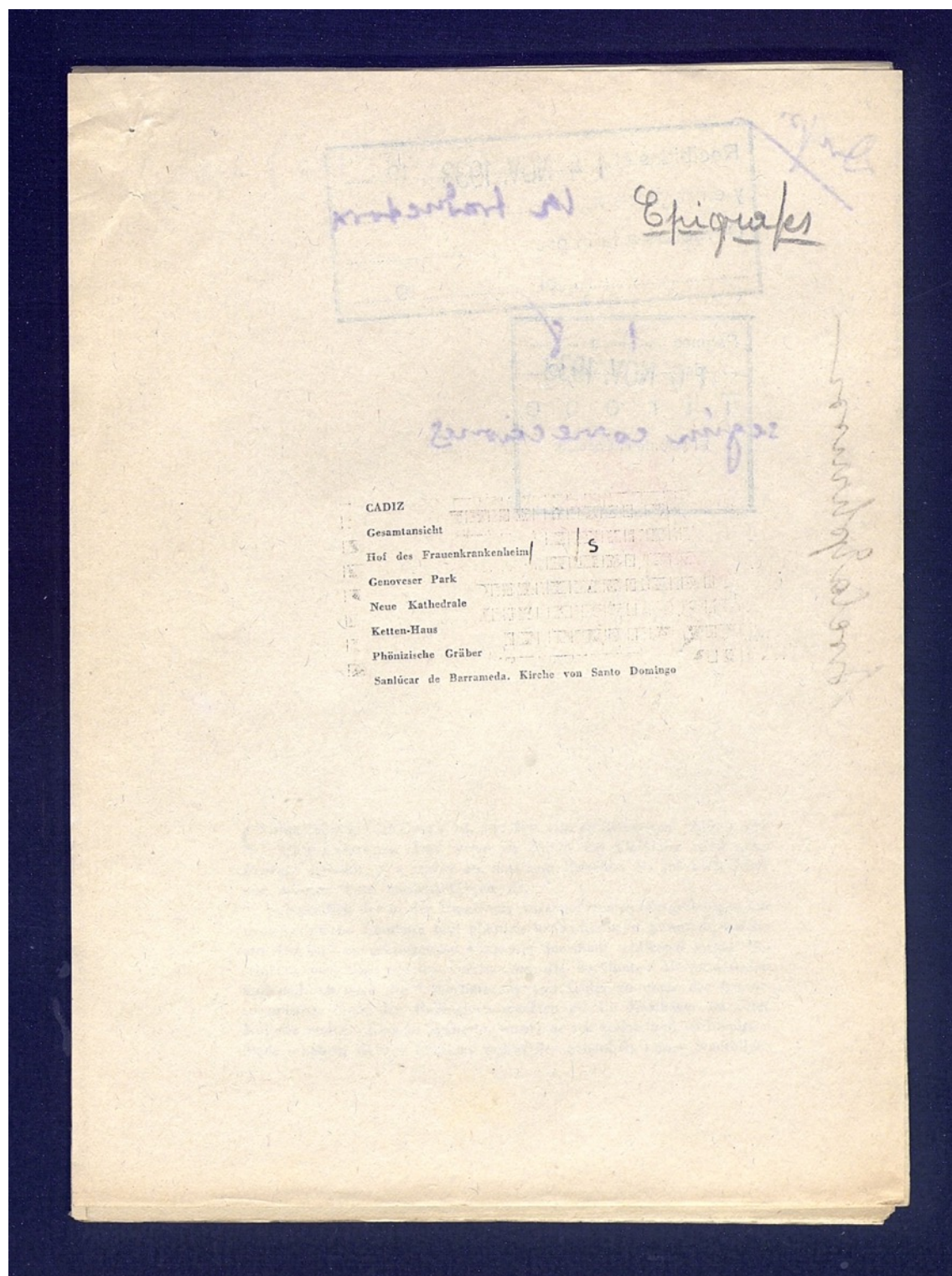


ENTFERNUNGEN

Von Madrid	=	727 Km. per Bahn u.	746 per Auto
Von Irun	=	1.358	» » 1.233
Von Port-Bou	=	1.579	» »
Von La Jonquera	=		1.527
Von Algeciras	=	135	» » 127
Von Paris	=	2.162	» » 2.018

**PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO**  
(Staatliches Verkehrsamt Spaniens)

MADRID	PARIS	CADIZ
Medinaceli, 2	12, Bd. de la Madeleine	Muelle
Printed in Spain		Frei Exemplar





Cádiz (alemán)

1

CADIX (30.000 Einwohner) ist, wie fast alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1.500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist.

Gelegentlich der in der Umgebung vorgenommenen Ausgrabungen hat man ägyptische Amulette und phönizische Sarkophage gefunden, welche auf den weit zurückliegenden Ursprung der Stadt schliessen lassen. Geschichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulesssäulen und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervorragendsten. Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer Kolonie und als Rom es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten Stadt erhoben. Es war berühmt wegen der Schönheit seines Stadtbildes



2

und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so wie früher die Unerblichkeit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt geplündert und fiel schliesslich in die Gewalt der Mauren, bis sie im Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünderungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frankreich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwadergeschütze machten. Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz der berühmten Cortes gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste konstitutionelle Verfassung der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen.

Die Lage von Cadix ist einzigartig schön. Es ist auf dem äussersten Ende eines Riffs erbaut, als ob es das ganze Innere seiner ausgedehnten Bucht gegen die Unbill des Atlantischen Ozeans schützen wollte. Auf



3

fast allen Seiten vom Meer umspült, ist es eine der seemännischsten Städte Spaniens. Seemännisch und andalusisch erstrahlt Cadix im Glanze seiner weissen Häuser unter einem blauen Himmel und leuchtender Sonne. Cadix ist nicht nur "das Silbertüßchen", wie es im Volksmund heisst, es ist viel mehr, mehr als Silber und mehr als Gold. Es ist eine kräftige, starke Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. Selbstverständlich bildet das Meer den Hintergrund eines jeden Landschaftsbildes. Es scheint, als ob die Stadt durch und für das Meer erbaut worden wäre. Die Bucht von Cadix ist ausserordentlich schön und gross. Wie in einem grossen Hafen, so liegt die Stadt in derselben geschützt; sie bildet eine winzig kleine Halbinsel mit einem langen Streifen flachen Landes, der Cadix mit dem übrigen Spanien verbindet. In der Bucht liegen verschiedene hübsche Ortschaften, wie San Fernando, Puerto Real und Puerto de Santa Maria. Etwas weiter draussen, schon am Atlantischen Ocean, liegt Rota. Wegen seiner ausserordentlich günstigen Lage am Meere geniesst Cadix während des ganzen Jahres ein köstliches Klima, vor allem aber im Frühjahr und im Herbst, die besonders milde sind. Und selbst der heisseste Sommer oder der strengste Winter sind hier stets erträglich und angenehm.



Die kühlen Westwinde die in dieser Gegend vorherrschend sind verleihen dem Klima selbst im Hochsommer eine angenehme Frische und aus diesem Grund, sowie wegen seinen schönen und ausgedehnten Strändern, ist Cadix an erster Stelle unter den südlichen Seebädern zu nennen und wird mit Vorliebe von den Familien nicht nur der umliegenden Provinzen, sondern auch der entfernteren, wie Extremadura aufgesucht. Von Jahr zu Jahr wird der Ruf von Cadix grösser, dank auch der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen, die sich hauptsächlich auf die prachtvollen Einrichtungen des Grand Hotels, Kasi-

nos, Schwimmbades und des Strands beziehen, und die auf sehr gelungene und geschmackvolle Weise sich in den Dienst der natürlichen Schönheiten des Ortes zu stellen gewusst haben.

Auf der Meeresseite der Stadt ziehen sich hübsche Spazierwege hin. Die bedeutendsten sind Canalejas, Alameda de Apodaca, der Park Genovés, von wo man herrliche Aussichten geniesst. Eine Fülle von Palmen und anderen Tropenpflanzen sowie auch die Flora kälterer Regionen zieren die Anlagen. In der Stadt selbst sind reizende Plätze mit einem reichen und mannigfaltigen Baumbestand.

Ausserhalb der Stadtmauer liegen malerische Viertel. In der Mauer selbst ist die *Puerta de Tierra* eingelassen, welche in das gleichnamige Stadtviertel führt. Es ist dies ein beliebter Ausflugsort mit vielen typischen Gartenrestaurationen. Auch der Strand mit guten Badeanlagen, besonders hervorzuheben ist der Strand Victoria.



Das alte Mauerwerk ist nur teilweise erhalten, so dass eine Erweiterung der Stadt möglich gewesen ist. Obgleich die Strassen gerade angelegt und gut gepflastert sind, ist das Gesamtbild der Stadt doch durchaus andalusisch.

Es sind nur noch wenige Spuren des früheren Denkmälerreichtums erhalten. Dafür sind jedoch Zeugen einer unserer Zeit näherliegenden Grösse, als Spanien in Amerika Kolonien besass, die Eleganz und der gute Geschmack der Privathäuser mit ihren Marmorhöfen. Die ältesten Kirchen stammen aus dem 17. Jahrhundert, denn die Kirche *Santa*

*Cruz*, welche zur Zeit der Eroberung der Stadt

durch Alfons den Weisen Kathedrale war, wurde von den Engländern 1596 zerstört und im Jahre 1602 wieder neu erbaut. Die ursprüngliche Bauart und Dekoration sind infolgedessen nicht erhalten geblieben; jedoch auch der Neubau ist interessant, vor allem durch die schönen Skulpturen. Die in der Alameda de Apodaca gelegene Kirche *Carmen*, deren Inneres im Barockstil gehalten ist, weist zwei beachtenswerte offene Glockentürme auf. Die Kirche *San Agustín* besitzt einen wundervollen Christus, welcher von Jher Martínez Montañés zugeschrieben wird, obwohl er stark an die Eigenart Pedro Roldáns erinnert. Es ist ein besonders schönes Stück des plastischen Barockes Andalusiens. Ausserdem zeigt man in dieser Kirche einige wertvolle Gemälde. Interessante Schnitzereien und Fliesenfeldwerk befinden sich in der Kirche *Santa María*. Die Kirchen *Rosario*, *Santa Cueva* und andere enthalten prachtvolle Altäre des neuklassischen Stiles, welche die Aufmerksamkeit des Reisenden durch die Üppigkeit des

Materialen, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. Die *Kirche Capuchinos* weist eine reiche Sammlung an Gemälden von Murillo und seiner Schüler auf. Es treten besonders eine *Concepción* und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde "Los desposorios de Santa Catalina", welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und den Tod fand. Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die *Kirche Santiago*. Sie enthält einige gute Skulpturen und beachtenswerte Schnitzereien. Die *Kapelle des Hospitals* besitzt einen wundervollen Greco, den Heiligen Franziskus darstellend.

Die *Kathedrale* ist neueren Stiles. Sie wurde zu Anfang des 18. Jahrhunderts begonnen und erst gegen Mitte des 19. fertiggestellt. Selbstverständlich entspricht sie dem neuklassischen Geschmack jener Zeit. Der Gesamteindruck ist schön und elegant, wohl aber kalt. Das Hauptelement ihrer inneren und äusseren Dekoration bildet die korinthische Säule und der Marmor, der für dieselben verwendet worden ist. Das Tabernakel ist aus Marmor, Jaspis und Bronze, es weist strenge aber doch leichte Linien auf. In den zahlreichen Kapellen, von denen einige auffallend schön sind, wie zum Beispiel die der Reliquien, gibt es



bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martínez Montañés, Arce und anderen. Besonders hervorzuheben ist der wunderbare San Bruno von Montañés in der Kapelle des Heiligen Sebastian. Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. Beachtenswert ist das aus dem Karthäuserkloster bei Sevilla stammende Chorgestühl, welches von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. Auch verdienen die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, erwähnt zu werden. Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse.

Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: *Das Rathaus*, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das *Hospiz* und das *Gefängnis*. Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Standpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix wohl bezeichnet werden kann. Bemerkenswert sind unter den Militärbauten die Burgen Santa Catalina, San Sebastian und San Lorenzo del Puntal, ferner der Turm Tavira, von dessen Zinnen man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean geniesst. Man sollte auch die Ruinen des verschwundenen Herkulestempels in Sancti Petri besuchen; die *Gemädegalerie*, welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán; das *Archäologische Museum* der Provinz; das *Grosse Theater*, welches seit einigen Jahren den Namen des grossen Komponisten aus Cadix, Manuel de Falla, führt; die *Kapelle des Witwenhauses von Frajela*, und das Gotteshaus *San Felipe Neri*, Sitz der Cortes im Jahre 1812. Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung jener Männer, deren Geist noch heute über der Stadt zu schweben scheint.

#### HOTELS

ATLANTICO — Volle Pension 25 bis 100 pesetas  
 FRANCE ET PARIS — Volle Pension 15 bis 44 pesetas  
 VICTORIA — Volle Pension 15 bis 25 pesetas  
 CONTINENTAL — Volle Pension 15 pesetas  
 NOVELTY — Volle Pension 15 pesetas  
 LORETO — Volle Pension 10 bis 12 pesetas  
 SUIZO — Volle Pension 9 bis 12'50 pesetas  
 PENINSULAR — Volle Pension 7 bis 12'50 pesetas  
 CATALUÑA — Volle Pension 8 bis 10 pesetas  
 CERVANTES — Volle Pension 8 bis 9 pesetas  
 Alle Preise verstehen sich mit voller Pension).

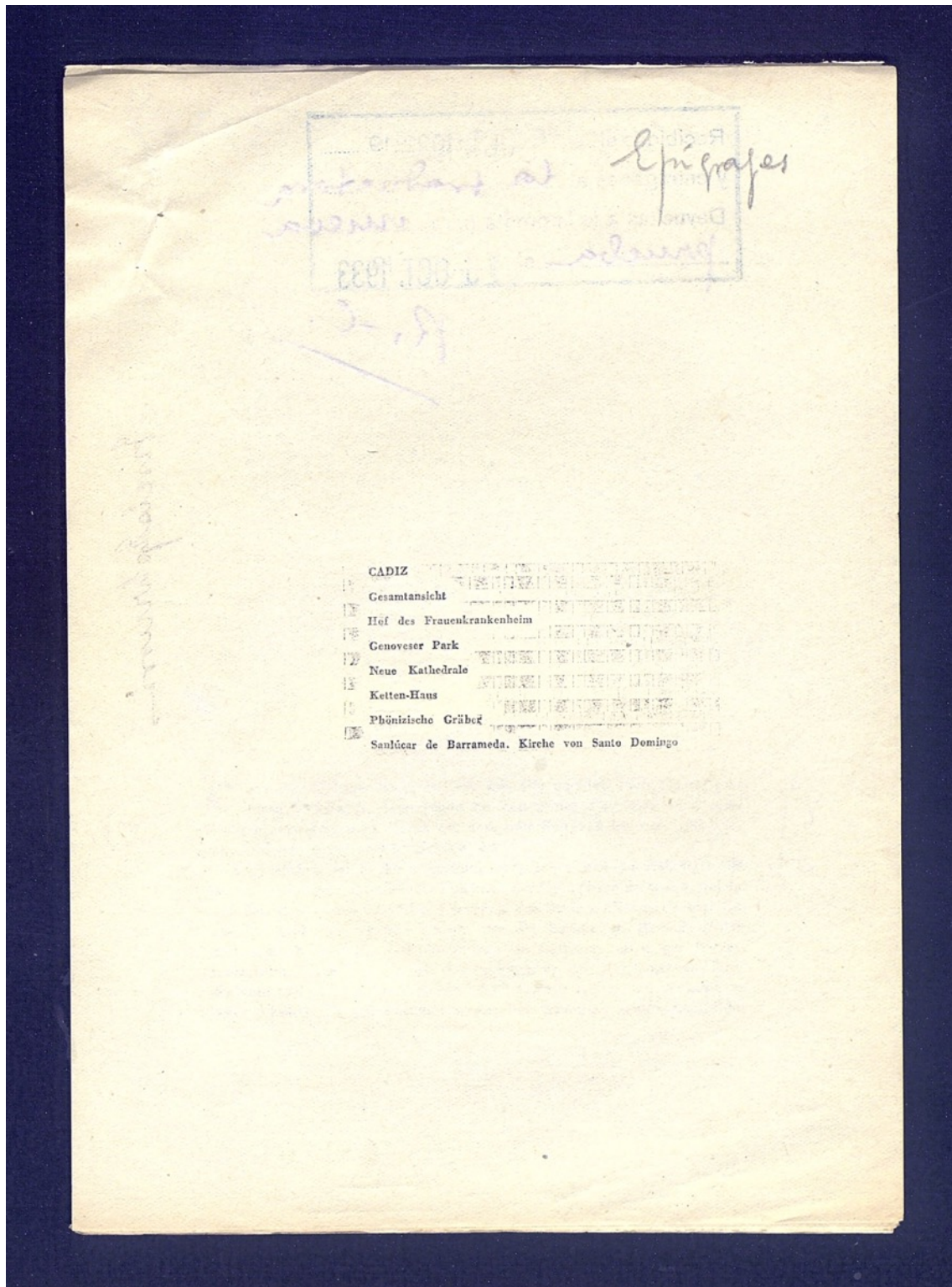
8

ENTFERNUNGEN			
Von Madrid	=	727 Km. per Bahn u. 746 per Auto	
Von Irun	=	1.358   "   "	1.233   "
Von Port-Bou	=	1.579   "   "	
Von La Jonquera			1.527   "
Von Algeciras	=	135   "   "	127   "
Von Paris	=	2.182   "   "	2.018   "

**PATRONATO NACIONAL DEL TURISMO**  
(*Staatliches Verkehrsamt Spaniens*)

MADRID	PARIS	CADIZ
Medinaceli, 2	12, Bd. de la Madeleine	Muelle
Printed in Spain		Frei Exemplar





Cádiz (alemán)

1

*m* CADIX (90.000 Einwohner) ist, wie fast alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, denn schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1500 Jahre vor unserer Aera zurückzuführen ist.

Gelegentlich der in der Umgebung vorgenommenen Ausgrabungen hat man ägyptische Amulette und phönizische Sarkophage gefunden, welche auf den weit zurückliegenden Ursprung der Stadt schliessen lassen. Geschichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulesssäulen und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervorragendsten. Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer Kolonie und als Rom es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten Stadt erhoben. Es war berühmt wegen der Schönheit seines Stadtbildes

LJ  
12



2

12

12

12

und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so wie früher die Unerschrockenheit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt geplündert und fiel schliesslich in die Gewalt der Mauren, bis sie im Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünderungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frankreich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwadergeschütze machten. Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz der berühmten Cortes gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich hier versammelten und die erste konstitutionelle Verfassung der Monarchie Spaniens verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heiterem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen.

Die Lage von Cadix ist einzigartig schön. Es ist auf dem äussersten Ende eines Riffs erbaut, als ob es das ganze Innere seiner ausgedehnten Bucht gegen die Unbill des Atlantischen Ozeans schützen wollte. Auf

3

fast allen Seiten vom Meer umspült, ist es eine der seemännischsten Städte Spaniens. Seemännisch und andalusisch erstrahlt Cadix im Glanze seiner weissen Häuser unter einem blauen Himmel und leuchtender Sonne. Cadix ist nicht nur "das Silbertässchen", wie es im Volksmund heisst, es ist viel mehr, mehr als Silber und mehr als Gold. Es ist eine kräftige, starke Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. Selbstverständlich bildet das Meer den Hintergrund eines jeden Landschaftsbildes. Es scheint, als ob die Stadt durch und für das Meer erbaut worden wäre. Die Bucht von Cadix ist ausserordentlich schön und gross. Wie in einem grossen Hafen, so liegt die Stadt in derselben geschützt; sie bildet eine winzig kleine Halbinsel mit einem langen Streifen flachen Landes, der Cadix mit dem übrigen Spanien verbindet. In der Bucht liegen verschiedene hübsche Ortschaften, wie San Fernando, Puerto Real und Puerto de Santa María. Etwas weiter draussen, schon am Atlantischen Ozean, liegt Rota. Wegen seiner ausserordentlich günstigen Lage am Meere geniesst Cadix während des ganzen Jahres ein köstliches Klima, vor allem aber im Frühjahr und im Herbst, die besonders milde sind. Und selbst der heisseste Sommer oder der strengste Winter sind hier stets erträglich und angenehm.

/ x



H

/G /K  
/F /S /S  
/ank /ä

rd  
# LG  
+L  
/S  
/m  
/t.  
- cr ma  
palabra  
/tw

Die /ühlen Westwinde die in dieser /egend vorherrschen sind verleihen dem Klima selbst im Hochsommer eine angenehme Trische und aus diesem Grund, sowie wegen seinen schönen und ausgedehnten /rändern, ist + Cadix an erster stelle unter den südlichen /eebädern zu nennen und wird mit Vorliebe von den Familien nicht nur der umliegenden Provinzen, sondern auch der entfernteren, wie Extremadura aufgesucht. Von Jahr zu Jahr wird der Ruf von Cadix grösser, ~~das~~ auch der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen die sich hauptsächlich auf die prachvollen Einrichtungen des Grand Hotels, Kasi-

Dienstfr  
/n

nos, Schwimmbades und des Strands beziehen, und die auf sehr gefungene und geschmackvolle Weise sich in den ~~diets~~ der natürlichen ~~Seiten~~heiten des Ortes zu stellen ~~gen~~tsst haben.

Auf der Meeresseite der Stadt ziehen sich hübsche Spazierwege hin. Die bedeutendsten sind Canalejas, Alameda de Apodaca, der Park Genovés, von wo man herrliche Aussichten geniesst. Eine Fülle von Palmen und anderen Tropenpflanzen sowie auch die Flora kälterer Regionen zieren die Anlagen. In der Stadt selbst sind reizende Plätze mit einem reichen und mannigfaltigen Baumbestand.

Ausserhalb der Stadtmauer liegen malerische Viertel. In der Mauer selbst ist die *Puerta de Tierra* eingelassen, welche in das gleichnamige Stadviertel führt. Es ist dies ein beliebter Ausflugsort mit vielen typischen Gartenrestaurationen. Auch der Strand mit guten Badeanlagen, besonders hervorzuheben ist der Strand Victoria.

/K  
/chö  
/gewusst  
/n  
/b



6

Materiales, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. Die Kirche Capuchinos weist eine reiche Sammlung an Gemälden von Murillo und seiner Schüler auf. Es treten besonders eine *Concepción* und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde "Los desposorios de Santa Catalina", welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und den Tod fand. Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die Kirche Santiago. Sie enthält einige gute Skulpturen und beachtenswerte Schnitzereien. Die Kapelle des Hospitals besitzt einen wundervollen Greco, den Heiligen Franziskus darstellend.

Die Kathedrale ist neueren Stiles. Sie wurde zu Anfang des 18. Jahrhunderts begonnen und erst gegen Mitte des 19. fertiggestellt. Selbstverständlich entspricht sie dem neuklassischen Geschmack jener Zeit. Der Gesamteindruck ist schön und elegant, wohl aber kalt. Das Hauptelement ihrer inneren und äusseren Dekoration bildet die korinthische Säule und der Marmor, der für dieselben verwendet worden ist. Das Tabernakel ist aus Marmor, Jaspis und Bronze, es weist strenge aber doch leichte Linien auf. In den zahlreichen Kapellen, von denen einige auffallend schön sind, wie zum Beispiel die der Reliquien, gibt es

le  
t  
ü



bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martínez Montañés, Arce und anderen. Besonders hervorzuheben ist der wunderbare San Bruno von Montañés in der Kapelle des Heiligen Sebastian. Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. Beachtenswert ist das aus dem Karthäuserkloster bei Sevilla stammende Chorgestühl, welches von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. Auch verdienen die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, erwähnt zu werden. Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse.

Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: Das Rathaus, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das Hospiz und das Gefängnis. Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Standpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix wohl bezeichnet werden kann. Bemerkenswert sind unter den Militärbauten die Burgen Santa Catalina, San Sebastian und San Lorenzo del Puntal, ferner der Turm Tavira, von dessen Zinnen man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean geniesst. Man sollte auch die Ruinen des verschwundenen Herkulestempels in Sancti Petri besuchen; die Gemäldegalerie, welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán; das Archäologische Museum der Provinz; das Grosse Theater, welches seit einigen Jahren den Namen des grossen Komponisten aus Cadix, Manuel de Falla, führt; die Kapelle des Witwenhauses von Frajela, und das Gotteshaus San Felipe Neri, Sitz der Cortes im Jahre 1812. Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung jener Männer, deren Geist noch heute über der Stadt zu schweben scheint.

#### HOTELS

ATLÁNTICO — Volle Pension 25 bis 100 pesetas  
 FRANCE ET PARIS — Volle Pension 15 bis 41 pesetas  
 VICTORIA — Volle Pension 15 bis 25 pesetas  
 CONTINENTAL — Volle Pension 15 pesetas  
 NOVELTY — Volle Pension 15 pesetas  
 LORETO — Volle Pension 10 bis 12 pesetas  
 SUIZO — Volle Pension 9 bis 12'50 pesetas  
 PENINSULAR — Volle Pension 7 bis 12'50 pesetas  
 CATALUÑA — Volle Pension 8 bis 10 pesetas  
 CERVANTES — Volle Pension 8 bis 9 pesetas  
 Alle Preise verstehen sich mit voller Pension).

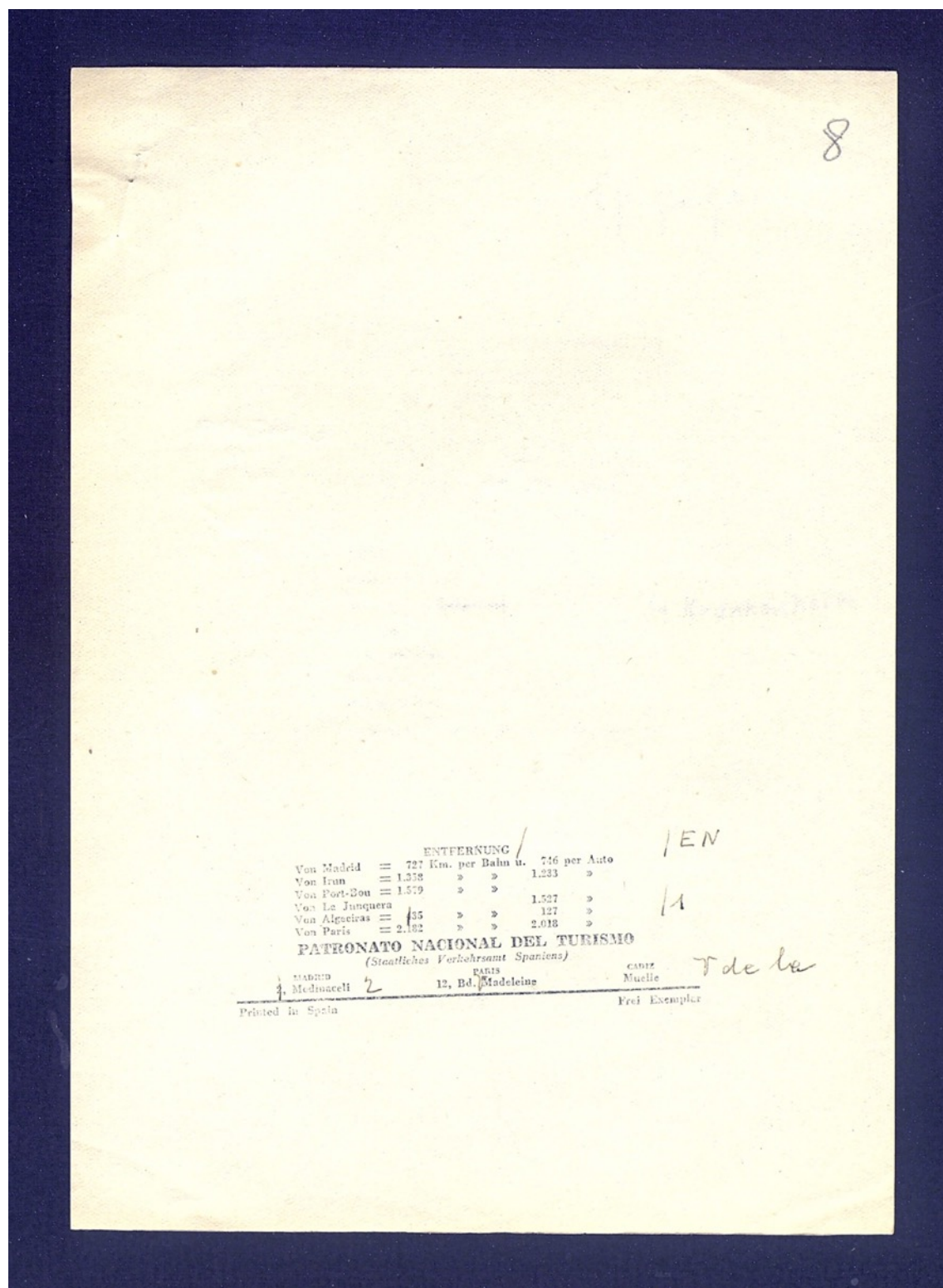
7

en una pa-  
lala

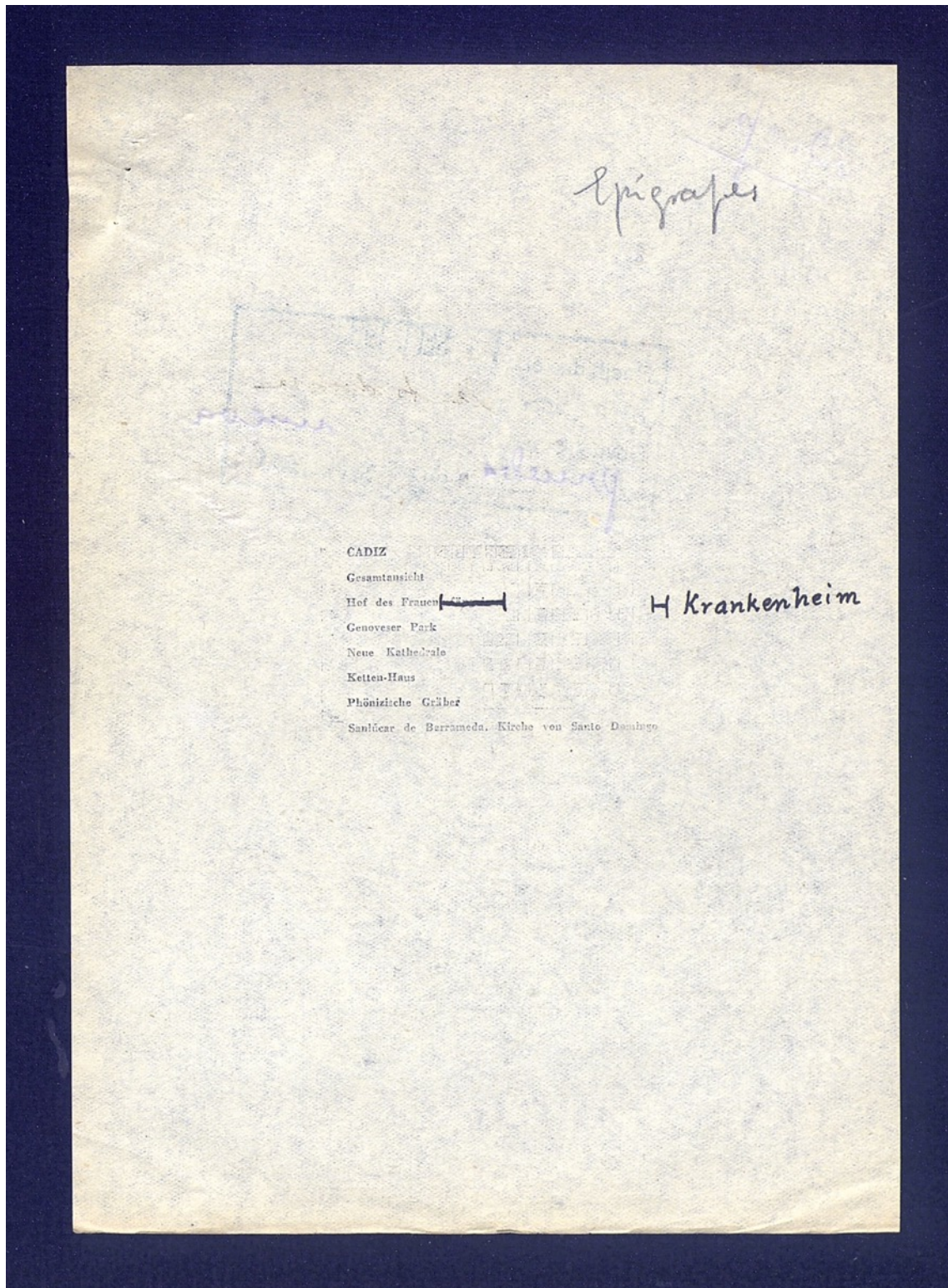
# Lie

th

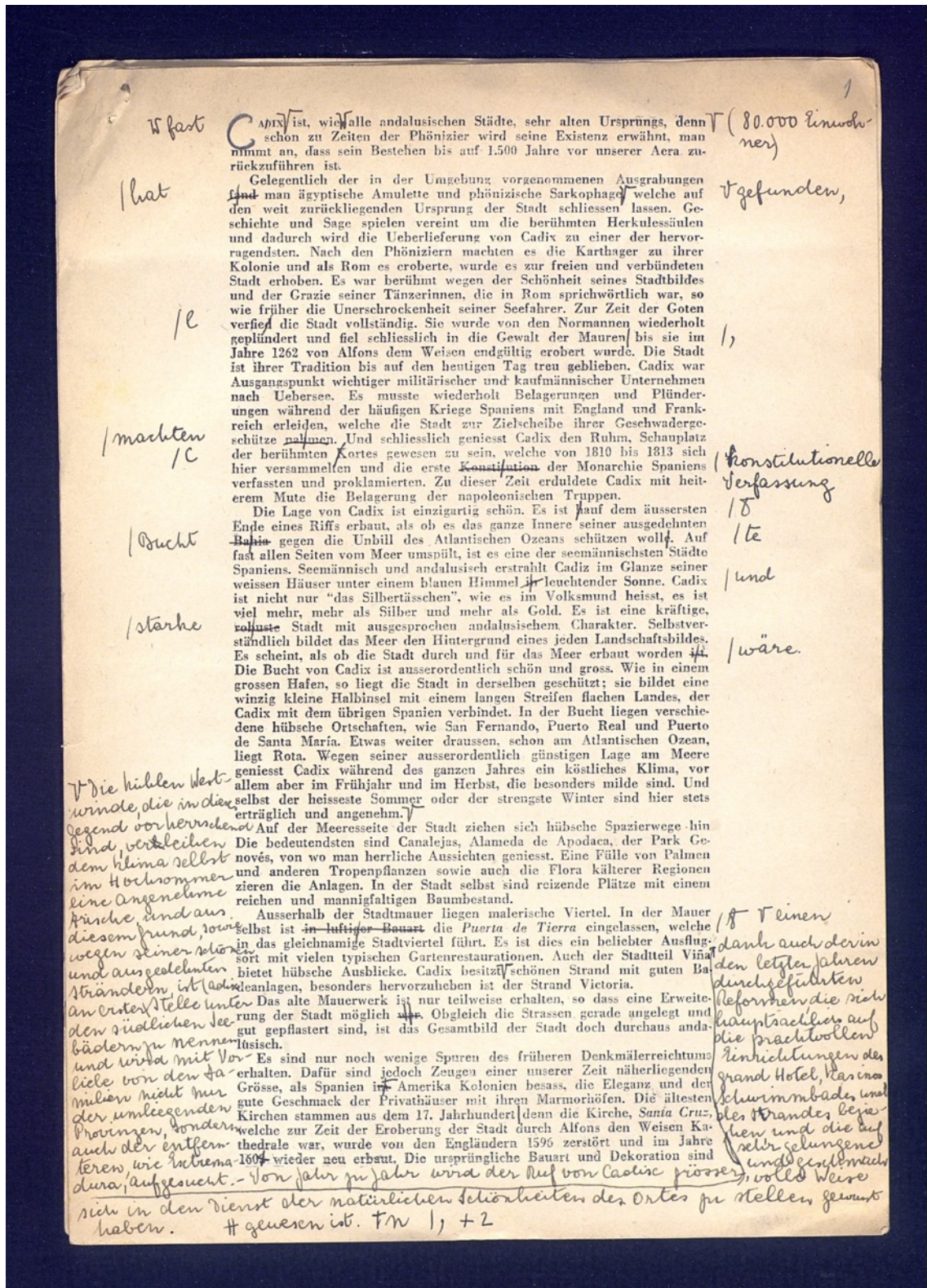
- en una  
palabra



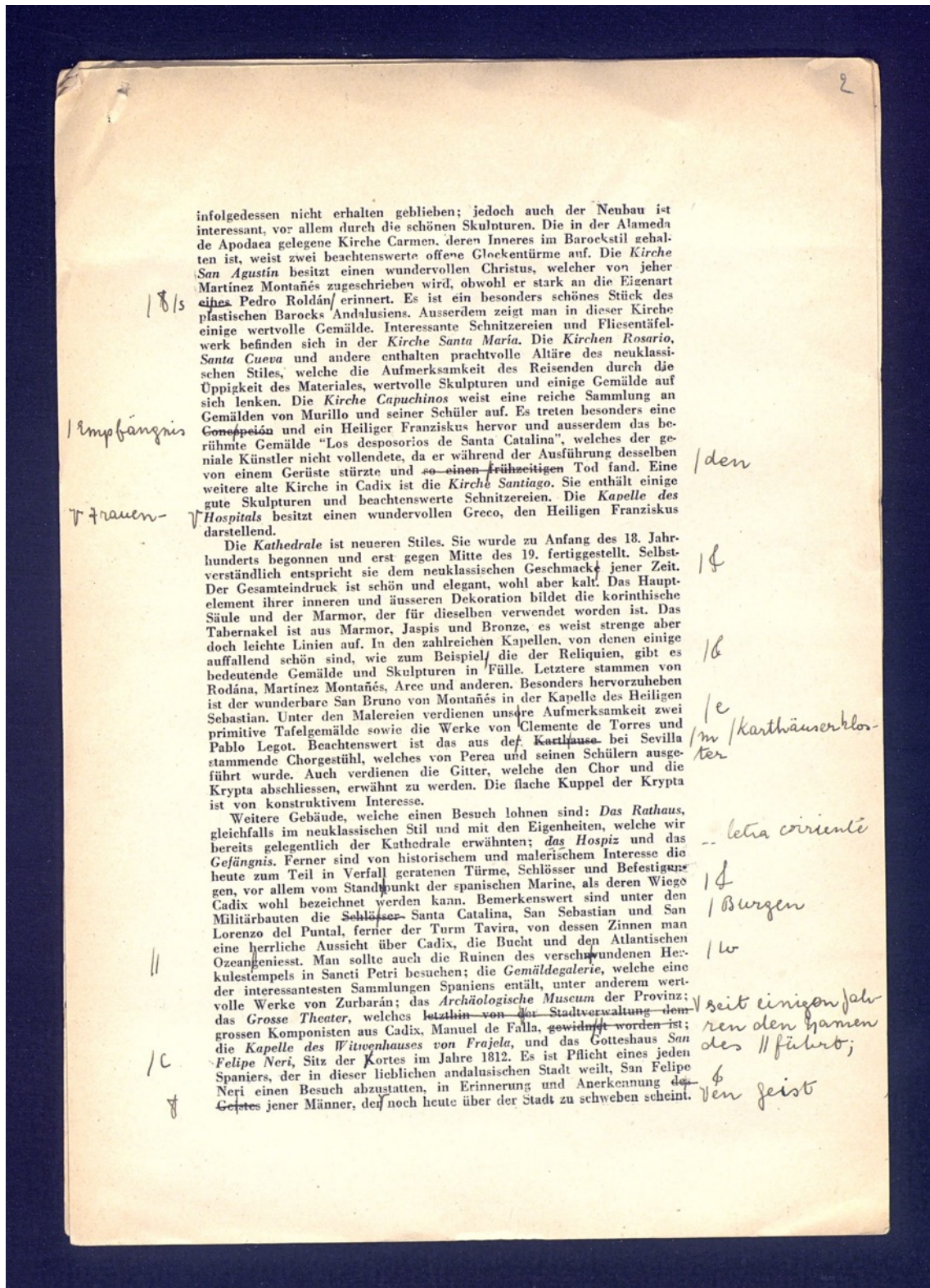












infolgedessen nicht erhalten geblieben; jedoch auch der Neubau ist interessant, vor allem durch die schönen Skulpturen. Die in der Alameda de Apodaca gelegene Kirche Carmen, deren Inneres im Barockstil gehalten ist, weist zwei beachtenswerte offene Glockentürme auf. Die Kirche San Agustín besitzt einen wundervollen Christus, welcher von jeher Martínez Montañés zugeschrieben wird, obwohl er stark an die Eigenart dieses Pedro Roldán erinnert. Es ist ein besonders schönes Stück des plastischen Barocks Andalusiens. Ausserdem zeigt man in dieser Kirche einige wertvolle Gemälde. Interessante Schnitzereien und Fliesentafelwerk befinden sich in der Kirche Santa Maria. Die Kirchen Rosario, Santa Cueva und andere enthalten prachtvolle Altäre des neuklassischen Stiles, welche die Aufmerksamkeit des Reisenden durch die Uppigkeit des Materials, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. Die Kirche Capuchinos weist eine reiche Sammlung an Gemälden von Murillo und seiner Schüler auf. Es treten besonders eine ~~Gonapeia~~ und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde "Los desposorios de Santa Catalina", welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und ~~so einen frühzeitigen~~ Tod fand. Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die Kirche Santiago. Sie enthält einige gute Skulpturen und beachtenswerte Schnitzereien. Die Kapelle des Hospitals besitzt einen wundervollen Greco, den Heiligen Franziskus darstellend.

Die Kathedrale ist neueren Stiles. Sie wurde zu Anfang des 18. Jahrhunderts begonnen und erst gegen Mitte des 19. fertiggestellt. Selbstverständlich entspricht sie dem neuklassischen Geschmack jener Zeit. Der Gesamteindruck ist schön und elegant, wohl aber kalt. Das Hauptelement ihrer inneren und äusseren Dekoration bildet die korinthische Säule und der Marmor, der für dieselben verwendet worden ist. Das Tabernakel ist aus Marmor, Jaspis und Bronze, es weist strenge aber doch leichte Linien auf. In den zahlreichen Kapellen, von denen einige auffallend schön sind, wie zum Beispiel die der Reliquien, gibt es bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martínez Montañés, Arce und anderen. Besonders hervorzuheben ist der wunderbare San Bruno von Montañés in der Kapelle des Heiligen Sebastian. Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. Beachtenswert ist das aus der ~~Karthause~~ bei Sevilla stammende Chorgestühl, welches von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. Auch verdienen die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, erwähnt zu werden. Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse.

Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: Das Rathaus, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das Hospiz und das Gefängnis. Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Standpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix wohl bezeichnet werden kann. Bemerkenswert sind unter den Militärbauten die ~~Schlösser~~ Santa Catalina, San Sebastian und San Lorenzo del Puntal, ferner der Turm Tavira, von dessen Zinnen man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean geniesst. Man sollte auch die Ruinen des verschlungenen Herkulestempels in Sancti Petri besuchen; die Gemäldegalerie, welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán; das Archäologische Museum der Provinz; das Grosse Theater, welches ~~letzthin von der Stadtverwaltung dem~~ grossen Komponisten aus Cadix, Manuel de Falla, gewidmet worden ist; die Kapelle des Witwenhauses von Frajola, und das Gotteshaus San Felipe Neri, Sitz der Kortes im Jahre 1812. Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung der ~~Gedächtnis~~ jener Männer, die noch heute über der Stadt zu schweben scheint.

18/s

Empfangnis

Frauen-

den

18

16

1c

m/Karthäuserkloster

letzte oriente

18

1 Burgen

1w

seit einigen Jahren den Namen des // führt;

6

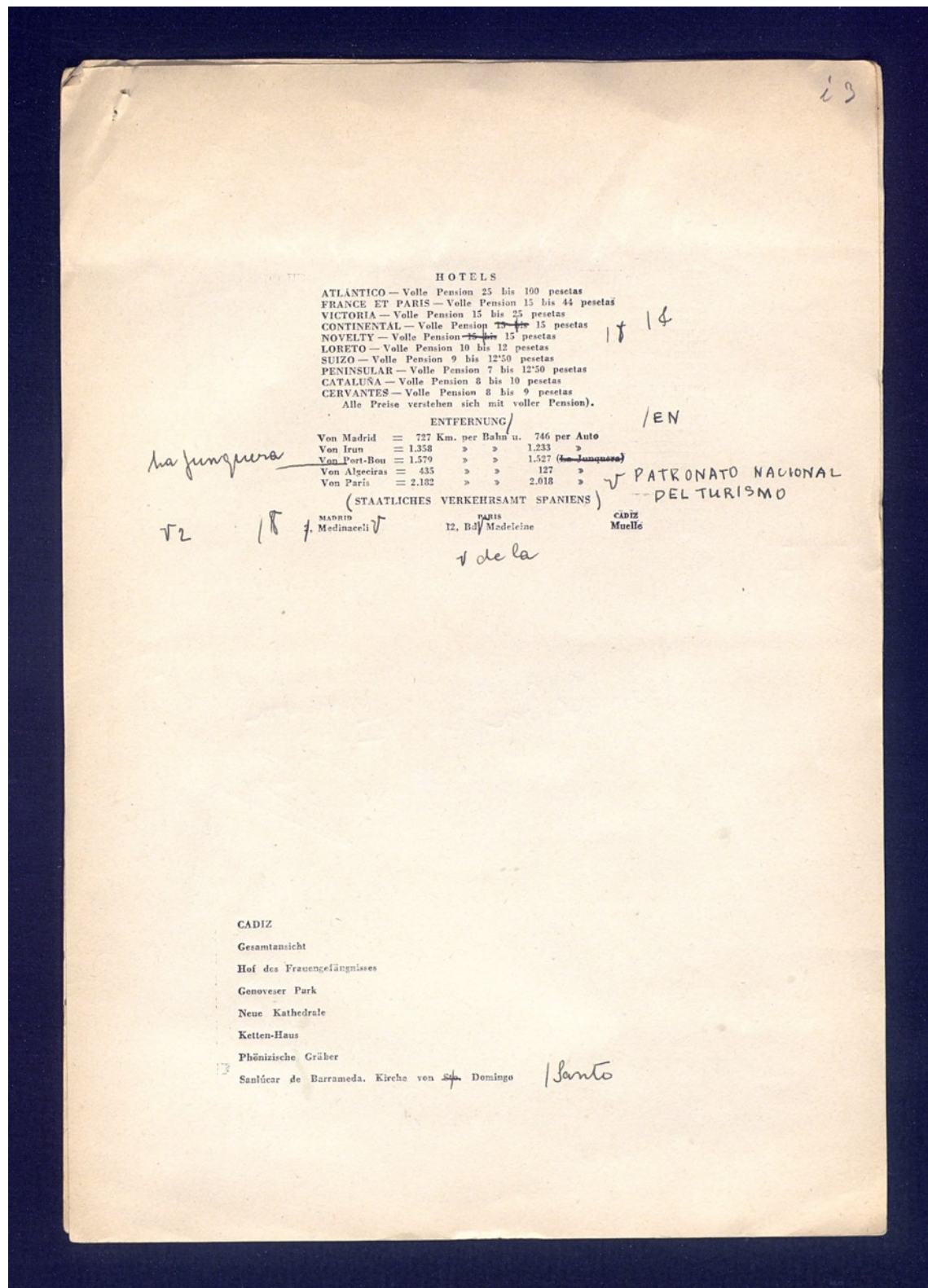
den Geist

11

1c

8







W fast  
hat  
1c  
machten  
1c  
Bucht  
starke  
Die hübschen West-  
winde die in dieser  
Gegend vorherrschen  
sich, verleihen  
dem Klima selbst  
im Hochsommer  
eine angenehme  
Frische, und aus  
diesem Grund so-  
wie wegen seinen  
Schönheiten und ange-  
dehnten Stränden,  
ist an Cadix an  
erster Stelle unter  
den südlichen See-  
bädern zu nennen,  
und wird mit Vor-  
liebe von den Ba-  
milen nicht nur  
der umliegenden  
Provinzen, sondern  
auch der entfernten  
Teile, wie Extremu-  
ra, aufgesucht.  
Von Jahr zu Jahr  
wird der Ruf von  
Cadix grösser, dank  
auch der in den  
letzten Jahren  
durchgeführten  
Reformen, die sich  
hauptsächlich auf die  
Kasinos, Schwimmbäder, und des Strands beziehen, und die auf sehr gelungene  
und geschmackvolle Weise sich in den Dienst der natürlichen Schönheiten des  
Ortes zu stellen ge努sst haben.

Cadix ist, wie alle andalusischen Städte, sehr alten Ursprungs, dem-  
schon zu Zeiten der Phönizier wird seine Existenz erwähnt, man  
nimmt an, dass sein Bestehen bis auf 1500 Jahre vor unserer Aera zu-  
rückzuführen ist.  
Gelegentlich der in der Umgebung vorgenommenen Ausgrabungen  
und man ägyptische Amulette und phönizische Sarkophage, welche auf  
den weit zurückliegenden Ursprung der Stadt schliessen lassen. Ge-  
schichte und Sage spielen vereint um die berühmten Herkulessäulen  
und dadurch wird die Ueberlieferung von Cadix zu einer der hervor-  
ragendsten. Nach den Phöniziern machten es die Karthager zu ihrer  
Kolonie und als Rom es eroberte, wurde es zur freien und verbündeten  
Stadt erhoben. Es war berühmt wegen der Schönheit seines Stadtbildes  
und der Grazie seiner Tänzerinnen, die in Rom sprichwörtlich war, so  
wie früher die Unerschrockenheit seiner Seefahrer. Zur Zeit der Goten  
verfiel die Stadt vollständig. Sie wurde von den Normannen wiederholt  
geplündert und fiel schliesslich in die Gewalt der Mauren, bis sie im  
Jahre 1262 von Alfons dem Weisen endgültig erobert wurde. Die Stadt  
ist ihrer Tradition bis auf den heutigen Tag treu geblieben. Cadix war  
Ausgangspunkt wichtiger militärischer und kaufmännischer Unternehmen  
nach Uebersee. Es musste wiederholt Belagerungen und Plünder-  
ungen während der häufigen Kriege Spaniens mit England und Frank-  
reich erleiden, welche die Stadt zur Zielscheibe ihrer Geschwaderge-  
schütze nahmen. Und schliesslich geniesst Cadix den Ruhm, Schauplatz  
der berühmten Cortes gewesen zu sein, welche von 1810 bis 1813 sich  
hier versammelten und die erste Konstitution der Monarchie Spaniens  
verfassten und proklamierten. Zu dieser Zeit erduldet Cadix mit heit-  
erem Mute die Belagerung der napoleonischen Truppen.  
Die Lage von Cadix ist einzigartig schön. Es ist auf dem äussersten  
Ende eines Riffs erbaut, als ob es das ganze Innere seiner ausgedehnten  
Bucht gegen die Unbill des Atlantischen Ozeans schützen wolle. Auf  
fast allen Seiten vom Meer umspült, ist es eine der seemännischsten Städte  
Spaniens. Seemännisch und andalusisch erstrahlt Cadix im Glanze seiner  
weissen Häuser unter einem blauen Himmel, der leuchtender Sonne. Cadix  
ist nicht nur "das Silbertässchen", wie es im Volksmund heisst, es ist  
viel mehr, mehr als Silber und mehr als Gold. Es ist eine kräftige,  
robuste Stadt mit ausgesprochen andalusischem Charakter. Selbstver-  
ständlich bildet das Meer den Hintergrund eines jeden Landschaftsbildes.  
Es scheint, als ob die Stadt durch und für das Meer erbaut worden ist.  
Die Bucht von Cadix ist ausserordentlich schön und gross. Wie in einem  
grossen Hafen, so liegt die Stadt in derselben geschützt; sie bildet eine  
winzig kleine Halbinsel mit einem langen Streifen flachen Landes, der  
Cadix mit dem übrigen Spanien verbindet. In der Bucht liegen verschie-  
dene hübsche Ortschaften, wie San Fernando, Puerto Real und Puerto  
de Santa Maria. Etwas weiter draussen, schon am Atlantischen Ozean,  
liegt Rota. Wegen seiner ausserordentlich günstigen Lage am Meere  
geniesst Cadix während des ganzen Jahres ein köstliches Klima, vor  
allem aber im Frühjahr und im Herbst, die besonders milde sind. Und  
selbst der heisse Sommer oder der strengste Winter sind hier stets  
erträglich und angenehm.  
Auf der Meeresseite der Stadt ziehen sich hübsche Spazierwege hin  
Die bedeutendsten sind Canalejas, Alameda de Apodaca, der Park Ge-  
novés, von wo man herrliche Aussichten geniesst. Eine Fülle von Palmen  
und anderen Tropenpflanzen sowie auch die Flora kälterer Regionen  
zieren die Anlagen. In der Stadt selbst sind reizende Plätze mit einem  
reichen und mannigfaltigen Baumbestand.  
Ausserhalb der Stadtmauer liegen malerische Viertel. In der Mauer  
selbst ist in luftiger Bauart die Puerta de Tierra eingelassen, welche  
in das gleichnamige Stadtviertel führt. Es ist dies ein beliebter Ausflug-  
sort mit vielen typischen Gartenrestaurationen. Auch der Stadtteil Viña  
bietet hübsche Ausblicke. Cadix besitzt schönen Strand mit guten Ba-  
deanlagen, besonders hervorzuheben ist der Strand Victoria.  
Das alte Mauerwerk ist nur teilweise erhalten, so dass eine Erweite-  
rung der Stadt möglich war. Obgleich die Strassen gerade angelegt und  
gut gepflastert sind, ist das Gesamtbild der Stadt doch durchaus anda-  
lusisch.  
Es sind nur noch wenige Spuren des früheren Denkmälerreichtums  
erhalten. Dafür sind jedoch Zeugen einer unserer Zeit näherliegenden  
Grösse, als Spanien in Amerika Kolonien besass, die Eleganz und der  
gute Geschmack der Privathäuser mit ihren Marmorthöfen. Die ältesten  
Kirchen stammen aus dem 17. Jahrhundert; denn die Kirche, Santa Cruz,  
welche zur Zeit der Eroberung der Stadt durch Alfons den Weisen Ka-  
thedrale war, wurde von den Engländern 1596 zerstört und im Jahre  
1604 wieder neu erbaut. Die ursprüngliche Bauart und Dekoration sind  
hauptsächlich auf die prächtigen Einrichtungen des Grand Hotel,  
Kasinos, Schwimmbäder, und des Strands beziehen, und die auf sehr gelungene  
und geschmackvolle Weise sich in den Dienst der natürlichen Schönheiten des  
Ortes zu stellen ge努sst haben.

(80.000 Einwohn-  
ner)  
gefunden,  
/,  
konstitutionelle  
Verfassung  
/ \$  
/ te.  
/ und  
/ wäre.  
/ \$  
/ einen  
/ gewesen ist.  
/ n  
/ ,  
/ 2



infolgedessen nicht erhalten geblieben; jedoch auch der Neubau ist interessant, vor allem durch die schönen Skulpturen. Die in der Alameda de Apodaca gelegene Kirche Carmen, deren Inneres im Barockstil gehalten ist, weist zwei beachtenswerte offene Glockentürme auf. Die Kirche San Agustín besitzt einen wundervollen Christus, welcher von jeher ~~einem~~ Pedro Roldán erinnert. Es ist ein besonders schönes Stück des plastischen Barocks Andalusiens. Ausserdem zeigt man in dieser Kirche einige wertvolle Gemälde. Interessante Schnitzereien und Fliesentafelwerk befinden sich in der Kirche Santa Maria. Die Kirchen Rosario, Santa Cueva und andere enthalten prachtvolle Altäre des neuklassischen Stiles, welche die Aufmerksamkeit des Reisenden durch die Üppigkeit des Materials, wertvolle Skulpturen und einige Gemälde auf sich lenken. Die Kirche Capuchinos weist eine reiche Sammlung an Gemälden von Murillo und seiner Schüler auf. Es treten besonders eine Concepción und ein Heiliger Franziskus hervor und ausserdem das berühmte Gemälde "Los desposorios de Santa Catalina", welches der geniale Künstler nicht vollendete, da er während der Ausführung desselben von einem Gerüste stürzte und ~~so einen frühzeitigen Tod~~ fand. Eine weitere alte Kirche in Cadix ist die Kirche Santiago. Sie enthält einige gute Skulpturen und beachtenswerte Schnitzereien. Die Kapelle des Hospitals besitzt einen wundervollen Greco, den Heiligen Franziskus darstellend.

Die Kathedrale ist neueren Stiles. Sie wurde zu Anfang des 18. Jahrhunderts begonnen und erst gegen Mitte des 19. fertiggestellt. Selbstverständlich entspricht sie dem neuklassischen Geschmack jener Zeit. Der Gesamteindruck ist schön und elegant, wohl aber kalt. Das Hauptelement ihrer inneren und äusseren Dekoration bildet die korinthische Säule und der Marmor, der für dieselben verwendet worden ist. Das Tabernakel ist aus Marmor, Jaspis und Bronze, es weist strenge aber doch leichte Linien auf. In den zahlreichen Kapellen, von denen einige auffallend schön sind, wie zum Beispiel die der Reliquien, gibt es bedeutende Gemälde und Skulpturen in Fülle. Letztere stammen von Rodána, Martínez Montañés, Arce und anderen. Besonders hervorzuheben ist der wunderbare San Bruno von Montañés in der Kapelle des Heiligen Sebastian. Unter den Malereien verdienen unsere Aufmerksamkeit zwei primitive Tafelgemälde sowie die Werke von Clemente de Torres und Pablo Legot. Beachtenswert ist das aus der ~~Kathedrale~~ bei Sevilla stammende Chorgestühl, welches von Perea und seinen Schülern ausgeführt wurde. Auch verdienen die Gitter, welche den Chor und die Krypta abschliessen, erwähnt zu werden. Die flache Kuppel der Krypta ist von konstruktivem Interesse.

Weitere Gebäude, welche einen Besuch lohnen sind: Das Rathaus, gleichfalls im neuklassischen Stil und mit den Eigenheiten, welche wir bereits gelegentlich der Kathedrale erwähnten; das Hospiz und das Gefängnis. Ferner sind von historischem und malerischem Interesse die heute zum Teil in Verfall geratenen Türme, Schlösser und Befestigungen, vor allem vom Standpunkt der spanischen Marine, als deren Wiege Cadix wohl bezeichnet werden kann. Bemerkenswert sind unter den Militärbauten die ~~Schlösser~~ Santa Catalina, San Sebastian und San Lorenzo del Puntal, ferner der Turm Tavira, von dessen Zinnen man eine herrliche Aussicht über Cadix, die Bucht und den Atlantischen Ozean geniesst. Man sollte auch die Ruinen des verschütteten Herkulestempels in Sancti Petri besuchen; die Gemädegalerie, welche eine der interessantesten Sammlungen Spaniens enthält, unter anderem wertvolle Werke von Zurbarán; das Archäologische Museum der Provinz; das Grosse Theater, welches ~~letzthin von der Stadtverwaltung dem~~ grossen Komponisten aus Cadix, Manuel de Falla, gewidmet worden ist; die Kapelle des Witwenhauses von Frajola, und das Gotteshaus San Felipe Neri, Sitz der Kortes im Jahre 1812. Es ist Pflicht eines jeden Spaniers, der in dieser lieblichen andalusischen Stadt weilt, San Felipe Neri einen Besuch abzustatten, in Erinnerung und Anerkennung ~~des~~ Geistes jener Männer, der noch heute über der Stadt zu schweben scheint.

den Tod

1f

1d

1e

im Karthäuser  
kloster

letra corriente

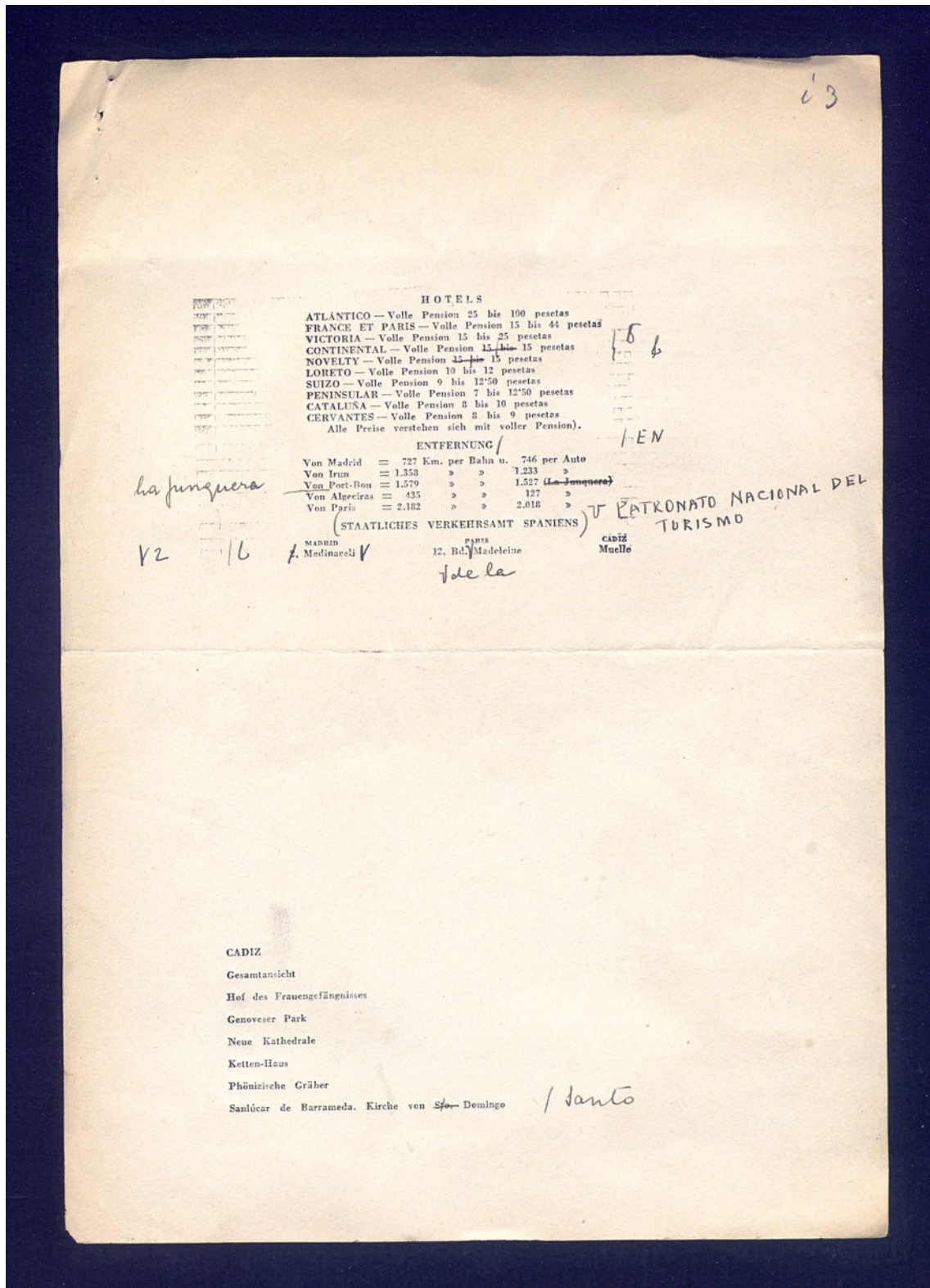
1d

1 Burgen

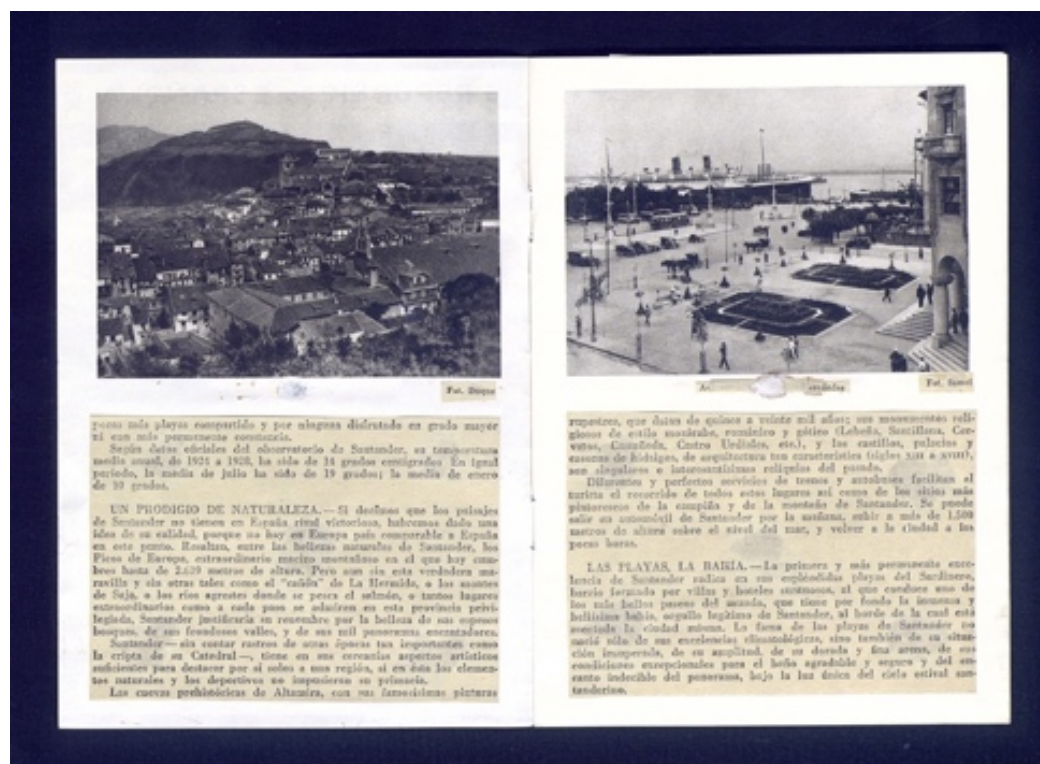
1w

seit einigen  
Jahren den  
Namen des  
"führt;  
den Geist.





El montaje de las versiones republicanas (española y alemana) de la hoja de ciudad *Santander* y sus pruebas de impresión proceden del Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.223.







San Vicente de la Barquera. Vista aérea.

**DEPORTES Y FIESTAS.**—Para el deportista, Santander es una ciudad perfecta.

El pescador puede elegir todas las variedades de su oficio, así como las más raras de la pesca, entre las últimas, el *sy-fishing*, para el cual los ríos de salada y de trucha de Santander ofrecen a cada momento la ocasión.

Durante la temporada veraniega, son frecuentes los acontecimientos deportivos. Los aficionados al golf cuentan con dos magníficos campos. El de Oyambre y el de Pedreña. El de Pedreña (13 agujeros), abierta toda el año, está admirablemente situada en las orillas del mar, sobre una pequeña península, frente a la ciudad, de la que dista un kilómetro por mar y 23 por tierra; es de las pocas que se pueden jugar, barriendo, como queda dicho, por el mar, y por el río Caden, en el que hoy se hace conocer la cría del salmón. Una pequeña playa acuesta las orillas de este bellísimo paraje, donde el que se divierte, además, las playas cercanas de las Picos de Europa.

Se llega fácilmente al Golf, desde Santander, cruzando la bahía en los golfines que el Club tiene preparados para ello, las cuales tardan diez minutos desde el muelle principal de la ciudad.

Las condiciones de este campo (totalidad del terreno, abstracción natural, etc.), convierten en bello, y el jugador extranjero en él las ventajas que en cualquiera de las mejores de Europa puede disfrutar. El Club se encuentra provisto de excelentes servicios y de albanes



Playa de la Magdalena.

Est. Bañ.

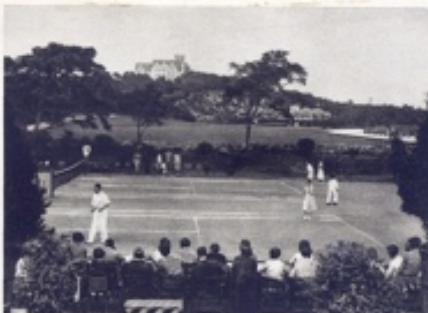
para fiestas y fiestas, así como de un selecto restaurant, donde se puede disfrutar durante el verano de una temperatura sin igual. El Golf está situado por encima de la zona de recreación en la montaña. Tiene una longitud de más de 5.000 metros.

Tiene numerosas y encantadoras lagunas naturales, y el diseño del terreno no permite para una marcha fácil y agradable. Un "tee" cerca del mismo Club presta excelente partida para el primer agujero (1000 yardas), quedando las restantes con separaciones de 320 a 420 yardas. Los "putting greens" con sus "fairways" están cubiertos de espesa hierba.

El Club facilita albanes, a precios muy ventajosos, para serios transeúntes y sus familias, durante por trimestres, meses y semanas. Los albanes existen también para el transporte hasta el campo, desde Santander, en gasolinera.

El Golf de Oyambre (Camille), también admirablemente situado, dista 50 kilómetros de Santander. Se llega a él por una pintoresca carretera y constituye una deliciosa excursión desde la capital. Tiene 9 agujeros, y 2.000 metros de longitud.

Existen también en Santander excelentes campos de tenis, de fútbol y de tiro de pistola, donde se celebran magníficas concursos. Asimismo existen de tiro, concursos de natación, de yates, de trineos, y las regatas de botes y de waterpolo, constituyen un campo esencial del programa deportivo veraniego de Santander.



Campo de Tenis de la Magdalena.

Est. Bañ.

**LA POBLACIÓN Y SU CARÁCTER.**—Las condiciones de Santander dan un gusto agradable y educado. Hay en la provincia muchos lugares de plena campiña cubiertos de selvas tupidas, donde el cazador puede encontrar jabalín, venado, zorra, león y una cosa (y por supuesto, liebre, perdiz, codorniz, bécota, conejo y otros tipos de aves raras); pero esos lugares hoy que los hemos, hoy que le a ellos. En general, la provincia está muy poblada, y es sure el sitio donde se se encuentran albanes, casa, comida buena y sus albergues gratis.

En la ciudad hay hoteles de todas las categorías. El Hotel Real es un palacio de primer orden y uno de los mejores del mundo. En todas las poblaciones de la provincia hay excelentes hoteles. Los carreteros de Santander son tan buenas como las mujeres.

En la ciudad misma hay, entre otras, dos instituciones dignas de mención especial y de visita: la Biblioteca Mendelsohn-Pérez, valiosísima colección de libros reunidos por el gran polígrafo santanderino, y la Casa de Salud Valdelella, magnífica fundación científica y benéfica, debida a la primer sanidad de otro linaje montañés: el marqués de Valdelella.

Hay en la provincia varias hermosas playas, no menos agradables para el baño de usar que las del Sardinero, y muy indicadas para quienes gustan de un ambiente menos sustancioso: tales son las de Laredo, Suances, Comillas, Castro Urdiales, San Vicente de la Barquera y otras.



Palacio. Club del Campo de Golf.

Est. Bañ.

#### HOTEL

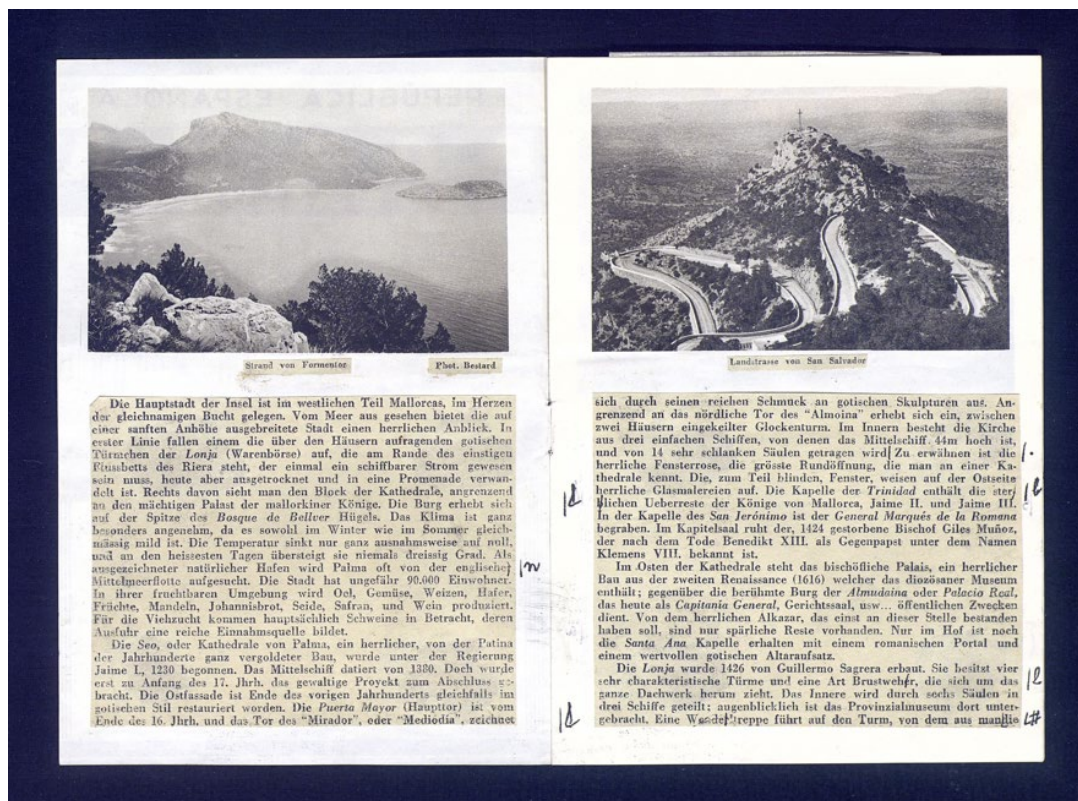
- REAL.—Pensión completa de 30 a 40 pesetas. (Cerrado en invierno.)
- REINO.—Pensión completa de 17 a 40 pesetas
- VIENNA.—Pensión completa de 12 a 40 pesetas
- ROYALTY.—Pensión completa de 17 a 40 pesetas
- CONTINENTAL.—Pensión completa de 17 a 40 pesetas
- IGNACIO PALACE.—Pensión completa de 31 a 40 pesetas
- MARCO.—Pensión completa de 31 a 40 pesetas
- IMPERIAL.—Pensión completa de 2 a 31 pesetas

#### WOMEN EN EL MONTE

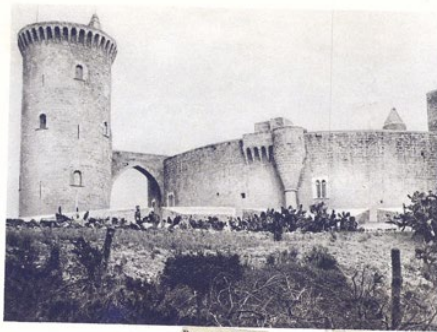
- VILLA FICHO.—Pensión completa de 15 a 40 pesetas. (Cerrado en invierno.)
- GRAN HOTEL BARCELONA.—Pensión completa de 25 a 40 pesetas
- ROYA.—Pensión completa de 12 a 40 pesetas
- ROYA 14 ROTTERA.—Pensión completa de 14 a 25 pesetas
- MARCO.—Pensión completa de 12 a 25 pesetas
- PARIS.—Pensión completa de 15 a 31 pesetas
- RUZA.—Pensión completa de 12 a 22 pesetas



El montaje *Palma de Mallorca-TM<sup>rep</sup>* se encuentra en el Archivo General de la Administración (AGA) de Alcalá de Henares, Madrid (España), (3) 49.2.12.220.







Burg von Bellver

Phot. Wunderlich

reichen Verzierungen bewundern und eine herrliche Aussicht geniessen kann. Das Gebäude des *Consulado del Mar*, das alte Handelsgericht, nordwestlich von der *Lonja* gelegen, weist nach der Seeseite eine reizende Loggia im Renaissancestil auf. Wenn man vom Hafen kommend, durch die *Calle de la Marina* geht, so gelangt man zur *Plaza de la Consueta*, an deren einem Ende sich das Renaissancepalais des *Marqués de Solleric-Morell* erhebt. Im selben Stil ist auch das *Palais Berga-Zaforteza*, in der nahen *Calle de la Unión*. Setzt man seinen Weg über den Platz des *General Weyler* fort, so kommt man zum *Teatro Principal*, das gegen 1860 erbaut wurde, und dessen Stil, dank der seither verflochtenen Jahre, heute in unseren Augen einer gewissen Grazie nicht entbehrt; durch die *Calle de la Riera* gelangt man zur *Rambla*, einer breiten, mit Platanen bepflanzten Allee. Die *Calle de San Miguel* ist eine der belebtesten von Palma de Mallorca, und rechts von ihr, in einem Winkel des kleinen Platzes *del Oliver*, befindet sich die Kirche von *San Antonio de Viana* mit einem elliptischen Hof, der von einer Säulengalerie umgeben ist. Durch die *Calle de Colón*, im SW der *Plaza Mayor*, geht man zur *Plaza del Rastrillo* und zur *Plaza de Cort*, auf der die *Casa de la Diputación Provincial moderna*, und die *Casa Consistorial*, ein restaurierter Renaissancebau mit einem eigentümlichen Karyies, zu sehen sind. Sehenswert sind noch, im Osten der *Plaza de Cort*, zwei gotische Kirchen: *Santa Eulalia*, im Stil der Kathedrale sehr ähnlich, 1808 restauriert; und *San Francisco de Asis*, 1281 bis 1317 erbaut. In letzterer verdient



Hafen von Soller

Phot. Wunderlich

besondere Erwähnung ein plateresk-barockes Tor, das Grab des seligen *Raimundo Lullio* von *Francisco Sagrera*, und ein, in seiner poetischen Verlassenheit bezaubernder Kreuzgang. Unweit von dort kann man in der Kirche von *Monte-Sión* einen herrlichen Altaraufsatz aus dem 15. Jahrhundert bewundern. Von den vornehmen Häusern und Palästen, die Palma ihren alten Adelsgeschlechtern verdankt, kann man einige sehr charakteristische Bauten zitieren, wie das Haus N.º 2 von der *Calle de Zavelle*, und diejenigen, welche den Strassen von *Lulio* und *Morey* ihren architektonischen Wert verleihen. In der *Calle de Serra* sind im Garten der *Casa Font y Roig* die Reste von arabischen Bädern aus dem 10. Jhrh. erhalten.

Den schönsten Blick auf das Meer und die umgebenden Berge genießt man von der Burg von Bellver aus.

Doch sind es nicht allein die städtischen Reize von Palma, so gross sie auch sein mögen, vor allem dadurch, dass sie von der für echt spanisch gehaltenen der übrigen alten Städte der Halbinsel ganz verschieden sind, die den Reisenden nach Mallorca locken. Es ist vor allem die unglaublich schöne Mittelmeerlandschaft, die jeden Besucher sofort in ihren Bann zieht.

Schon im vorigen Jahrhundert hat die Verbannung *Jovellanos'*, der Aufenthalt von *Chopin* und *George Sand* und gegen 1900 der Zeitalterschnitt arbeitsamer Zurückgezogenheit *Rubén Darío*, sowie der Besuch zahlloser Maler und Schriftsteller, die Insel in einen gewissen romanti-



Weg zu den Höhlen von Artá

sehen Ruf gebracht, der sie den zunehmenden Zulauf an Touristen verdankt. Schon die der Hauptstadt zunächstgelegenen Gebüfte von *Porto-Pi*, *Génova* und *El Terreno*, lindlich angebaute Vororte, kündigen die wundervollen Naturschönheiten an, die die Sinne erfrischen und dem Geist Ruhe bieten. Die Burg von Bellver, einstmals Gefängnis *Jovellanos*, und früherer königlicher Sitz, aus der Mitte des 12. Jhrh., die malerische Bucht von *Porto-Pi* und die Burg von *Bendinat* können als das Vorspiel für den Ausflug nach *Miramar* gelten.

Die Strasse, die von der *Plaza de la Conquista* ihren Ausgang nimmt, zieht sich durch herrliche alte Olivengärten und führt bis zum *Valldemosa* hinauf, wo sich das Dorf und das gleichnamige berühmte Karthäuserkloster befindet, mit einer Kirche von 1717. In der *Cartaixa* von *Valldemosa* wird heute schon mit Andacht die Zelle besucht, in der *Chopin* und *George Sand* 1833 wohnten. In *Valldemosa* hat auch *Rubén Darío* einige seiner schönsten Gedichte verfasst, und Maler wie *Rusñol*, *Mir* und *Vázquez Díaz* haben die Farben dieser zauberhaften Natur auf ihrer Leinwand festgehalten. 5 km. von *Valldemosa* entfernt liegt *Miramar*, früherer Besitz des Erzkönigs *Ludwig Salvador*. Das Haus des Erzkönigs, neben dem alten Oratorium der *Trinidad*, ist ganz im mallorkiner Stil. Auf der Bergspitze, von weiten Wäldern umgeben, erhebt sich eine malerische Kirche mit einigen Einsiedeleien. Am Meeresrand liegt *La Estaca*, das Lustschloss des Erzkönigs, und etwas weiter an der Küste entlang sieht man einen durchbohrten Felsblock *La Foradada*, auf dem Weg nach *Deyá*, einem kleinen, in einem Orangenhain gelegenen Dörfchen.



Internationale Regatta in Formentor

Phot. Bestard

Soller ist eine bezaubernde Ortschaft, gleichfalls inmitten eines Orangenhaines gelegen und am Fusse des Gebirges mit den malerischen Spitzen des *Puig Mayor*, *El Teix* und *Masanella*. Von Soller bis Pollensa ist die Landschaft besonders schön, besonders in der Nähe des *Torrent de Pareys*.

Der schönste Ausflug, den man unternehmen kann, ist zu den *Sulak*-tengrotten des *Drach*, mit ihren durchsichtigen Seen, die man in einer Gondel überqueren kann; montags und mittwochs werden auf dem *Mar*-teeleee Konzerte gegeben. Für den Ausflug nach den ebenso berühmten Grotten von *Artá* braucht man mehr Zeit. Wir wollen noch folgende interessante Ausflüge hier angeben: nach *Pollensa*, *Formentor* und *Alcudia*; nach dem Monasterium von *Lluch*; nach *Andraitx*, *Estallens*, *Bañalbufar*, *Eporias*; nach *Capdepera* und *Cala Ratxada*; nach *Puig de San Salvador* de *Felanix* und den zahllosen und reizenden kleinen Buchten.

Von den Volksfesten in Palma wäre als das wichtigste der Jahrmärkte anzuführen, der von Palmsonntag bis Osteronntag auf der *Rambla* stattfindet. Im Innern der Insel sind noch die alten Tänze und Lieder erhalten geblieben.

#### HOTELS

VICTORIA — Valle-Pension 12 bis 30 pes.	BALEAR — Id. Id. 12 ptas.
GRAND HOTEL — Id. Id. 15 bis 45 ptas.	CONTINENTAL — Id. Id. 9 bis 12 ptas.
MEDITERRANEO — Id. Id. 18 bis 50 ptas.	SUIZO — Id. Id. 10 ptas.
ALFONSO — Id. Id. 20 bis 35 ptas.	TERMINUS — Id. Id. 10 ptas.
ROYAL — Id. Id. 17 bis 33 ptas.	GARZON — Id. Id. 9 bis 15 ptas.
ALHAMBRA — Id. Id. 15 bis 20 ptas.	REPLA — Id. Id. 8 bis 9 ptas.
BELLVER — Id. Id. 12 bis 25 ptas.	PENSION PERU — Id. Id. 4 bis 9 ptas.
INGLES — Id. Id. 19/20 bis 17 ptas.	PENSION VILLA ROSA — Id. Id. 4 bis 8 ptas.

(Alle Preise verstehen sich mit voller Pension)



