



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

ISSN: 1695-7121

info@pasosonline.org

Universidad de La Laguna

España

Mariottini, Laura

I need Spain. Análisis pragmático de la campaña de promoción turística 2010
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 10, núm. 4, 2012, pp. 105-113

Universidad de La Laguna

El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88123115011>

Resumen

En el presente trabajo se analiza la última campaña de promoción turística lanzada por el Gobierno español el 4 de marzo de 2010, I need Spain. En concreto, se describirán las estrategias pragmáticas empleadas para la comunicación y los efectos que tienen en los destinatarios. El marco teórico se compone de la pragmática (Escandell, 1994; Sbisà, 1994; Orletti, 1994), de los trabajos que estudian la interacción entre lo visual y lo verbal en los anuncios de publicidad (Lombardi Vallauri, 2009; Held, 2004, 2005, 2007) y de la literatura sobre lengua y comunicación del turismo (entre otros, Santulli, Antelmi y Held, 2007; Calvi y Mapelli, 2011).

Palabras clave

I need Spain, visual-verbal, implicaturas conversacionales, lengua del turismo.

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto