

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre	Traducción publicitaria
Código	E000001433
Titulación	Traducción e Interpretación
Curso	3º
Cuatrimestre	1º
Créditos ECTS	3
Carácter	Optativo
Departamento	Traducción e Interpretación
Universidad	Universidad Pontificia Comillas (Madrid)
Horario	Jueves 12:40 – 14:30
Profesores	Reyes Bermejo Rocío Martínez
Descriptor	El objetivo de esta asignatura es familiarizar al estudiante con los rasgos característicos del lenguaje publicitario en sus diferentes contextos y su divulgación a través de los distintos medios de comunicación. Se prestará especial atención a la publicidad impresa y se abordarán los fundamentos tanto teóricos como prácticos que rigen la traducción de textos publicitarios.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Reyes Bermejo Rocío Martínez
Departamento	Traducción e Interpretación
Despacho	Sala de profesores
e-mail	mranedo@chs.upcomillas.es
Teléfono	Sin teléfono
Horario de Tutorías	Concertar cita previa

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Aportación al perfil profesional de la titulación	
La asignatura aborda la traducción de textos publicitarios de diversa índole y contenido. Su objetivo es iniciar a los estudiantes en las peculiaridades y especificidad de los proyectos y encargos de traducción de textos publicitarios. Se pondrá especial atención en el emisor y el destinatario. Se fomentará también la toma de decisiones y la aplicación particular de las técnicas de	

traducción idóneas en cada caso.

### Prerrequisitos

Para cursar esta asignatura, el estudiante deberá haber adquirido previamente tres tipos de competencias: a) buen conocimiento de la lengua extranjera, b) creatividad y capacidad para tomar decisiones, y c) dominio activo (oral y escrito) de la lengua española en el registro que exige la traducción de textos publicitarios.

## Competencias – Objetivos

### Competencias Genéricas del título-curso

#### Instrumentales

##### **CGI01 Capacidad de análisis y síntesis:**

Extrae las relaciones de sentido existentes en un texto.  
Puede formular ideas de varias maneras en la lengua de llegada.  
Analiza y segmenta correctamente unidades terminológicas.

##### **CGI02 Comunicación oral y escrita en la lengua propia**

Domina las normas ortográficas y ortotipográficas.  
Se expresa correctamente en un registro especializado.  
Mantiene la cohesión y coherencia del texto.

##### **CG5 Capacidad de gestión de la información**

Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas.  
Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental.

##### **CGI07 Toma de decisiones**

Decide cuáles son los planos lingüísticos relevantes en el TO.  
Realiza correctamente la asignación de prioridades entre dichos planos.  
Decide el peso específico de los componentes normativos y descriptivos del lenguaje.  
Establece hipótesis verosímiles en casos problemáticos y dispone de medios para verificarlas.

#### Interpersonales

##### **CG10 Razonamiento crítico**

Recibe constructivamente las críticas de sus supervisores.  
Detecta las categorías de errores que pueden existir en un texto traducido.

##### **CE12 Rigor y seriedad en el trabajo**

Se documenta adecuadamente.  
Respeta escrupulosamente las fases de comprensión, documentación, gestión de datos, formulación y revisión.

##### **CGP 13 Trabajo en equipo**

Se integra en un equipo de trabajo.  
Escucha constructivamente las sugerencias ajenas.  
Se responsabiliza de su trabajo.  
Contribuye al trabajo colectivo.  
Acepta e interioriza las observaciones de sus revisores.  
Respeta la experiencia ajena y aprende de ella.

##### **Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad**

Posee criterios de comparación entre culturas, lenguas y tradiciones.  
Detecta los problemas derivados de las diferencias culturales.

### **Sistémicas**

#### **CGS17 Capacidad de trabajo intelectual**

Evalúa la cantidad de trabajo necesario para un objetivo dado.  
Se organiza eficazmente con respecto a fases y plazos.

#### **CGS20 Motivación por la calidad**

Conoce las normas y protocolos aplicables a cada fase del trabajo lingüístico.  
Posee criterios de revisión del trabajo de traducción.  
Discrimina cuidadosamente la calidad de las fuentes documentales que emplea en la traducción.

Se adapta a las necesidades comunicativas específicas planteadas en cada trabajo de traducción.

Revisa con rigor su trabajo.

Sigue estrategias activas de resolución de dudas

Se documenta adecuadamente y amplía conceptos acudiendo a sus propios recursos.

#### **CES19 Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica**

Asigna correctamente la función del encargo a cada tipo de proyecto de traducción.

Dispone de estrategias traductológicas distintas que puede llevar a la práctica al traducir un texto.

### **Competencias Específicas del área-asignatura**

#### **CE10 Destreza para la búsqueda de información / documentación**

Identifica correctamente los parámetros de búsqueda.  
Domina las técnicas de búsqueda documental y de datos  
Analiza la fiabilidad relativa de las diversas fuentes.

#### **CE19 Capacidad de entender textos especializados**

#### **CE20 Capacidad de analizar distintos tipos de textos y determinar valores en parámetros de variación lingüística y función textual**

Enumera y distingue los tipos textuales más importantes en cada cultura.

Asigna rasgos distintivos a cada tipo textual.

Identifica diferencias y similitudes entre tipos textuales paralelos en dos culturas.

Aplica las estrategias textuales adecuadas a cada tipo y trabajo de traducción.

#### **CE22 Capacidad de desenvolverse de forma oral y escrita en los ámbitos de los distintos**

#### **perfiles profesionales**

Puede adaptarse a las normas estilísticas de los registros especializados.

#### **CE24 Destrezas de traducción**

Analiza funciones textuales, agentes y factores relevantes en el proceso de traducción.

Detecta problemas de coherencia, cohesión y contenido en un texto especializado.

#### **CE32 Conocimiento de los conceptos básicos generales propios de la rama de**

especialización

CE34 Dominio de técnicas y terminología de la traducción especializada

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos</b>
<b>Bloque 1. Nociones generales</b>
<b>Tema 1: Introducción</b>
1.1. Definición de publicidad. Comunicación y publicidad 1.2. lenguaje, discurso, texto, contexto, soporte (medios) y retórica 1.3. El mensaje publicitario: condicionantes y necesidades del lenguaje publicitario (intencionalidad persuasiva, valores y temas, funciones del lenguaje y retórica)
<b>Tema 2: El lenguaje publicitario, el código verbal</b>
2.1. Códigos del lenguaje publicitario 2.2. El código verbal: significación, género, denotación, connotación 2.3. Elementos básicos del texto publicitario. Nombre, eslogan, encabezamiento, cuerpo de texto, etiqueta, frase de cierre. 2.4. Aspectos léxicos, morfosintácticos y retóricos del texto publicitario
<b>Bloque 2. La traducción publicitaria</b>
<b>Tema 1: traducción y publicidad</b>
1.1. Emisor, traductor y receptor, función del traductor 1.1.2. Traducción y globalización: de adaptación a localización, la globalización y el enfoque intercultural. Tendencias actuales 1.3. Estrategias publicitarias y estrategias de traducción 1.3.1. Recursos léxicos: polisemia, neologismos, intertextualidad, unidades fraseológicas 1.3.2. Argumentación emocional . El recurso a la función apelativa: uso de exclamativas e interrogativas 1.3.3. Figuras retóricas. Metáfora, metonimia, hipérbole, prosopopeya, alusión/intertextualidad

<b>Tema 2: Textos publicitarios, tipología y traducción</b>
2.1. Traducción de textos publicitarios
2.2. Traducción y medios publicitarios

### METODOLOGÍA DOCENTE

<b>Aspectos metodológicos generales de la asignatura</b>	
La asignatura requiere asiduidad en las actividades presenciales en el aula y en las que corresponden al trabajo autónomo. Se insistirá especialmente en el aspecto de organización del trabajo encomendado y plazos de entrega.	
<b>Actividades en horas de presenciales en el aula</b>	<b>Competencias</b>
AF1 Lecciones magistrales: Exposición de contenidos por parte del profesor. Consultas y resolución de dudas.	CGI 1, 2, 3 CE 14
AF 4 Exposición pública de temas o trabajos	CE 10, 20, 32
AF9 Lectura comparativa de traducciones: Análisis y cotejo de traducciones publicitarias que ilustren los contenidos estudiados. Puesta en común de las traducciones realizadas por los alumnos. Debate y búsqueda de soluciones.	CGP 10 CE 14, 20, 35
AF10 Traducción a la vista: Análisis del texto original, detección de problemas, establecimiento de criterios y orientación para la documentación.	CGI 2, 3, 7 CGS 21 CE 14, 20, 24
<b>Actividades en horas de trabajo autónomo</b>	<b>Competencias</b>
AF 15 Estudio y documentación: estudio de contenidos y documentación sobre los mismos.	CGI 1, 2 CGP 10 CGS 18
AF 17 Traducción individual: incluye documentación adecuada.	CGI 1, 2, 3, 7 CGP 12, 16 CGS 19, 20, 21

<b>RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO</b>			
<b>HORAS PRESENCIALES 30</b>			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades dirigidas	Evaluación
5	15	7	3
<b>HORAS NO PRESENCIALES 45</b>			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos colaborativos	Estudio
4	23	10	8
<b>CRÉDITOS ECTS:</b>			<b>3</b>

### EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales es obligatoria. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del curso académico (art. 93.1 del Reglamento General). La aplicación de esta medida tiene como efecto la pérdida de la convocatoria extraordinaria.

En los exámenes se podrá manejar todo tipo de información, siempre que esté encuadrada industrialmente. No se podrá compartir material en el examen.

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
Exposición pública de temas o trabajos	Cumplimiento de plazos	20%
	Dominio de las competencias activas escritas y orales en español	
	Aplicación de conocimientos y documentación	
	Aplicación de contenidos vistos en clase.	
Participación en el trabajo de clase	Contribución a la puesta en común	10%
	Colaboración eficaz	
	Intervención informada	
Examen	Dominio del español	70%
	Comprensión del texto	
	Calidad de la traducción	

#### PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades presenciales	Fecha de realización (la numeración corresponde a las semanas en que habrá clase de esta asignatura según el calendario académico)
Presentación de la asignatura	Semana 1
Análisis de textos para traducir Desarrollo de contenidos del programa Puesta en común y corrección	Semana 1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10,11
Sesiones tutoriales	Semana 3, 8, 11
Actividades no presenciales	Fecha de realización / entrega

Estudio de programa y contenidos (guía)	Semana 1
Traducción no presencial (corrección en el aula)	Semana 2, 3, 5, 6, 9, 10, 12, 13
Traducción no presencial (corrección personalizada y evaluación)	Semana 3, 8, 11

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

<b>Diccionarios y recursos</b>
<b>Diccionarios y obras de referencia</b>
Real Academia Española (2010). <i>Ortografía de la lengua española</i> . Madrid: Espasa.
<b>Páginas web</b>
Real Academia Española: <a href="http://www.rae.es/rae.html">http://www.rae.es/rae.html</a> Fundación del Español Urgente: <a href="http://www.fundeu.es/">http://www.fundeu.es/</a> Instituto Cervantes - foro del español: <a href="http://cvc.cervantes.es/foros/foro_esp">http://cvc.cervantes.es/foros/foro_esp</a> Instituto Cervantes - foro TIC: <a href="http://cvc.cervantes.es/foros/foro_tic">http://cvc.cervantes.es/foros/foro_tic</a> Lenguahoy: <a href="http://www.ucm.es/info/especulo/">http://www.ucm.es/info/especulo/</a>
<b>Referencias en línea por temas</b> (fecha del último acceso: 23 de julio de 2013).
Lenguaje publicitario, código verbal: <a href="http://www.aiefi.eu/pubs/actas/II/AIETI_2_BA_Traduccion.pdf">http://www.aiefi.eu/pubs/actas/II/AIETI_2_BA_Traduccion.pdf</a>
La traducción de la publicidad: de adaptación a localización, globalización y enfoque intercultural <a href="http://www.abroadlink.com/es/Articulos/La%20traduccion%20de%20la%20publicidad%20-%20de%20adaptacion%20a%20localizacion.pdf">http://www.abroadlink.com/es/Articulos/La%20traduccion%20de%20la%20publicidad%20-%20de%20adaptacion%20a%20localizacion.pdf</a>
Traducción publicidad televisiva: doblaje y subtitulación: <a href="http://www.lans-tts.be/img/NS6/LANS6_Ag.pdf">http://www.lans-tts.be/img/NS6/LANS6_Ag.pdf</a>
Traducción y localización: Internet <a href="http://www.bokorlang.com/journal/48advertising.htm">http://www.bokorlang.com/journal/48advertising.htm</a>
<b>Recursos terminológicos específicos</b>
<b>Glosario de términos publicitarios:</b> <a href="http://www.clementeferrer.com/vocabulario.htm?utm_source=buffer&amp;utm_medium=twitter&amp;utm_campaign=Buffer:%2Bnundrea%2Bon%2Btwitter&amp;buffer_share=e42d2">http://www.clementeferrer.com/vocabulario.htm?utm_source=buffer&amp;utm_medium=twitter&amp;utm_campaign=Buffer:%2Bnundrea%2Bon%2Btwitter&amp;buffer_share=e42d2</a>
<b>Bibliografía general</b>

Adam, L.M. y Bonhomme, M. (2000). *La argumentación publicitaria*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Benavides Delgado, J. (1997). *Lenguaje publicitario: hacia un estudio del lenguaje en los medios*. Madrid: Editorial Síntesis

Duro Moreno, M. (2001). *Traducir publicidad*. Granada: Comares.

Montes Fernández, A. (2007). *Traducción y globalización. Análisis y perspectivas del fenómeno publicitario*. Granada: Editorial Comares.

Valdés Rodríguez, M.C. (2004). *La traducción publicitaria. Comunicación y cultura*. Valencia: Aldea Global.