

## Traducció i Publicitat (20297)

**Titulació/estudi:** Grau en Traducció i Interpretació

**Curs:** quart

**Trimestre:** segon

**Nombre de crèdits ECTS:** 4

**Hores de dedicació de l'estudiant:** 100

**Tipus d'assignatura:** Optativa

**Professora de GG:** Ferran Blanch

**Llengua de docència:** Català

### 1. Presentació de l'assignatura

En aquesta assignatura s'estudia, des d'una perspectiva plurilingüe, el llenguatge publicitari escrit i oral; s'analitza el disseny de campanyes i funcionament bàsic de les agències de publicitat; i es tradueixen i adapten missatges publicitaris.

### 2. Competències que s'han d'assolir

D'entre el conjunt de competències que s'assoliran en acabar el grau, en aquesta assignatura es treballen les següents, generals (G) i específiques (E), concretades en forma de resultats d'aprenentatge:

- Presa de decisions (G.7):
  - aprendre a analitzar les distintes estratègies de traducció
  - considerar el context comunicatiu de cada mitjà
- Organització i planificació (G.8):
  - conèixer les diverses fases de la creació i difusió de la publicitat
  - jerarquitzar les prioritats de la comunicació publicitària
- Creativitat (G.9):
  - conèixer de forma bàsica les audiències en els mitjans de comunicació
  - desenvolupar projectes de traducció aplicats als mitjans de comunicació
- Capacitat de treball individual i en equip (G.13):
  - desenvolupar en equip i individualment un projecte de traducció publicitària
  - prendre decisions segons les normes comunicatives, de mercat o ideològiques
- Adaptabilitat a noves situacions (G.21): adaptar coneixements, tècniques i destreses d'altres modalitats de traducció a la traducció publicitària
- Domini receptiu oral i escrit d'almenys dues llengües estrangeres (E.2): entendre i traduir textos audiovisuals i enregistraments d'àudio sol, sense l'ajuda del suport escrit

- Coneixements especialitzats en un o més àmbits temàtics (E.5): conèixer conceptes específics referits al cine, la televisió, la ràdio, Internet o la premsa en les seves diverses formes de presentació i difusió
- Capacitat de traduir textos de caire general (E.6): aplicar els coneixements de traducció general a la publicitat en formes de presentació audiovisual, radiada o en premsa
- Capacitat per dissenyar i gestionar projectes lingüístics (E.15):
  - fer propostes personals de traducció per als mitjans
  - presentar projectes

### 3. Continguts

- Fonaments del *copywriting*, la traducció publicitària i la transcreació
- La traducció de textos publicitaris en totes les disciplines existents, tant en mitjans tradicionals (TV, premsa, ràdio, exterior...) com en nous suports (mitjans digitals, *ambient*, xarxes socials...)
- Introducció al pensament creatiu (tècniques d'ideació, patrons de pensament, camins creatius...), el disseny de campanyes i el funcionament de les agències de publicitat

### 4. Avaluació i recuperació

| Avaluació                       |                                | Recuperació                    |                                |                                                                   |                          |
|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Activitat d'avaluació           | Ponderació sobre la nota final | Recuperable/<br>No recuperable | Ponderació sobre la nota final | Forma de recuperació                                              | Requisits i observacions |
| Participació                    | 10%                            |                                | 100%                           | La recuperació de l'assignatura es farà amb un treball individual |                          |
| Treball de traducció individual | 30%                            |                                |                                |                                                                   |                          |
| Treball de traducció en grup    | 20%                            |                                |                                |                                                                   |                          |
| Examen final                    | 40% *                          |                                |                                |                                                                   |                          |

\* Nota: Per superar l'assignatura cal aprovar l'examen final

### 5. Metodologia: activitats formatives

- classes magistrals: 15%
- seminaris: 10%
- tutories: 5%
- treball en grup: 30%
- treball individual: 30%
- estudi personal: 10%

## **6. Referències bibliogràfiques**

CLUB DE CREATIVOS. *Anuario de la Creatividad Española 2011*. Madrid: CdeC, 2011.

SAWYER, Robert. *Kiss&Sell. Redacción publicitaria*. Barcelona: Ava Publishing, 2006.

SULLIVAN, Luke. *Hey, whipple, squeeze this*, Adweek Media, Wiley, 2008

*The copy book*. The Designers and Art Directors Association of the United Kingdom and Rotovision, 1995, Reino Unido