

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

Información del Plan Docente

Año académico	2016/17
Centro académico	103 - Facultad de Filosofía y Letras
Titulación	556 - Máster Universitario en Traducción de textos especializados
Créditos	6.0
Curso	1
Periodo de impartición	Segundo Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Recomendaciones para cursar esta asignatura

Esta asignatura pretende que el estudiante conozca la situación de la traducción institucional, periodística y publicitaria dentro del mercado al que accederán los futuros traductores. Para ello, la asignatura pretende que el estudiante domine la información extralingüística (es decir, el conocimiento sobre el campo institucional, periodístico y publicitario) y la información lingüística formulada en dos lenguas, tanto a nivel textual (es decir, conocimiento de las principales características distintivas de los textos institucionales, periodísticos y publicitarios frente a los textos generales y a otros especializados, su audiencia y propósitos comunicativos; su terminología y peculiaridades léxico-gramaticales y estilísticas) como sus dificultades en el proceso traductológico.

1.2. Actividades y fechas clave de la asignatura

La presentación del portafolio tendrá como fecha límite el día de la prueba oficial de evaluación global de la asignatura, tanto en primera como en segunda convocatoria.

Presentación individual de los encargos de traducción y debate sobre los mismos: x de x (encargo de traducción de x tipo de texto) y x de x (encargo de traducción de x tipo de texto, etc. con todos los tipos de texto que se trabajen).

2. Inicio

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

Es capaz de reconocer las características gramaticales, terminológicas y estilísticas identificativas y comprender los mecanismos de redacción de los textos institucionales, periodísticos y publicitarios en lengua inglesa.

Sabe utilizar los recursos documentales relacionados con cada tipo de texto, aplicar herramientas a su disposición (materiales de referencia como diccionarios y glosarios) y utilizar estrategias traductorales aplicables a cada tipo de texto concreto.

Sabe aplicar los procesos traductológicos adecuados para traducir/verter dichos textos especializados al castellano.

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

Es capaz de evaluar de forma crítica y creativa, individualmente y en grupo, las diversas estrategias y soluciones de un mismo problema de traducción y elegir la más apropiada en cada caso.

Es capaz de organizar su trabajo y realizar las tareas con una adecuada gestión del tiempo, optimizando el resultado del propio trabajo como traductor en función del encargo profesional.

Es capaz de aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en los ámbitos multidisciplinares correspondientes a las áreas especializadas de traducción.

2.2.Introducción

Breve presentación de la asignatura

Esta asignatura pretende que el estudiante conozca la situación de la traducción de los textos institucionales, periodísticos y publicitarios dentro del mercado al que accederán los futuros traductores. Para ello, la asignatura pretende que el estudiante domine la información extralingüística (es decir, el conocimiento sobre el campo institucional, periodístico y publicitario) y la información lingüística formulada en dos lenguas, tanto a nivel textual (es decir, conocimiento de las principales características distintivas de los textos frente a los textos generales y a otros especializados, su audiencia y propósitos comunicativos; su terminología y peculiaridades léxico-gramaticales y estilísticas) como a nivel de exigencias, dificultades en el proceso traductológico y vertientes (terminología y estilística).

3.Contexto y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El objetivo global de esta asignatura es el de desarrollar la competencia traductora del estudiante. Se espera que los estudiantes aprendan a aplicar los principios metodológicos fundamentales que rigen la traducción, desarrollando habilidades y estrategias que les permitan enfrentarse posteriormente a los campos de especialización que abarca esta asignatura (institucional, periodístico y publicitario). Para ello, el objetivo de la asignatura es conocer los rasgos lingüísticos de los textos especializados en estos campos de especialización y poner en práctica, con carácter transversal, los contenidos desarrollados en las asignaturas de "Metodología de la traducción especializada", "Fundamentos lingüísticos y textuales aplicados a la traducción" y "Técnicas de expresión escrita en español".

Entre los objetivos específicos se espera que el estudiante sepa asimilar las estrategias y los principios metodológicos básicos del proceso traductor y desarrollar la capacidad de discriminación contrastiva tanto en la organización textual como a nivel oracional y léxico. Se trata de que se familiarice con las diferencias fundamentales entre las dos lenguas y que aprenda a resolverlas, sabiendo detectar y resolver los problemas básicos de la traducción de textos.

3.2.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

Esta asignatura versa sobre la traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios del inglés al castellano, como ejemplo de textos especializados que pueden ser objeto de encargos profesionales. Junto con los textos de otras especialidades en inglés y en la segunda lengua, supone la aplicación de la metodología expuesta en la asignatura de Metodología de la traducción especializada.

Por su perfil especializado en diferentes áreas disciplinares, la asignatura es relevante al abordar de forma aplicada e interdisciplinar planteamientos teóricos y metodológicos de la traducción.

3.3.Competencias

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

CE1.- Capacidad para comprender textos en la lengua origen y expresarlos en la lengua meta utilizando las convenciones lingüísticas (gramaticales, terminológicas, y estilísticas), discursivas, pragmáticas y genéricas adecuadas, de tal forma que el texto meta responda a la intención con la que el texto origen fue creado.

CE3.- Reconocer y utilizar de forma crítica los recursos documentales relacionados con cada tipo de texto y aplicar las herramientas a su disposición.

CE4.- Analizar de forma crítica individualmente y en grupo las diversas estrategias y soluciones de un problema de traducción y elegir la más apropiada en cada caso.

CE5.- Utilizar mecanismos de reformulación en la lengua meta.

CG5.- Planificación, organización y gestión del tiempo.

CB7.- Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

3.4.Importancia de los resultados de aprendizaje

La capacidad para contextualizar, comprender e interpretar textos institucionales, periodísticos y publicitarios en lengua inglesa y traducirlos al castellano, teniendo en cuenta los aspectos lingüísticos, sociolingüísticos, discursivos, estratégicos y socioculturales de forma adecuada, resulta una competencia fundamental del traductor profesional. La capacidad para utilizar de modo eficaz las herramientas y las estrategias traductorales aplicables a cada tipo de texto es también esencial para desempeñar la tarea traductológica. Asimismo, la capacidad para maximizar la gestión del tiempo del que dispone el traductor para la realización de su encargo, resolver los problemas que puedan surgir durante la traducción y obtener finalmente la mejor traducción en la lengua meta.

4.Evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

PRIMERA CONVOCATORIA

Prueba global de evaluación dividida en dos partes:

1. **Portafolio** personal de trabajo (40% de la calificación final) que recoja todas las tareas sobre el proceso de traducción propuestas.

2. **Prueba escrita** (60% de la calificación final): traducción al español de un texto periodístico, institucional o publicitario original en lengua inglesa acompañada de un comentario traductológico. Será necesario superar esta prueba con más de un 5 sobre 10 para poder sumar a esta nota la calificación obtenida en el portafolio. Duración aproximada de la prueba: 2 horas y 30 min.

SEGUNDA CONVOCATORIA

Prueba global de evaluación dividida en dos partes:

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

1. **Portafolio** personal de trabajo (40% de la calificación final) que recoja todas las tareas sobre el proceso de traducción propuestas.
2. **Prueba escrita** (60% de la calificación global) que consistirá en la traducción al español de un texto periodístico, institucional o publicitario original en lengua inglesa acompañada de un comentario traductológico. Será necesario superar esta prueba con más de un 5 sobre 10 para poder sumar a esta nota la calificación obtenida en el portafolio. Duración aproximada de la prueba: 2 horas y 30 min.

Criterios de evaluación comunes a las dos convocatorias:

- Correcta identificación de los aspectos extratextuales e intratextuales.
- Identificación de las fuentes documentales adecuadas.
- Utilización y discusión de las estrategias adecuadas en el proceso de traducción
- Conocimiento y aplicación adecuada de los procesos de edición y revisión.

5.Actividades y recursos

5.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura tiene una orientación fundamentalmente aplicada, de modo que la actividades que se proponen (los encargos de traducción y los comentarios/presentaciones/reflexiones sobre el proceso de traducción, estrategias, recursos y dificultades) se centran en la aplicación de una serie de principios fundamentales de la traducción a casos reales concretos, bien sea mediante el análisis de modelos ya realizados por profesionales de la traducción o mediante encargos que deben realizar los propios estudiantes.

Por esta razón, tras una visión general de estos principios fundamentales trabajada en un seminario y mediante la elaboración de un portafolio por parte del estudiante, se pasa a la realización de actividades de análisis de modelos (en los cuales se pueden observar, profundizar, valorar y matizar los principios y estrategias traductológicas) y se aplica a actividades de realización de traducciones en las que el estudiante se pone a prueba en la realización de encargos de traducción siguiendo los principios, las estrategias y los recursos estudiados y analizados.

5.2.Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1 Actividades teóricas (10 horas, 0,4 créditos). 100% Presencialidad.

Seminarios de introducción a los diferentes aspectos lingüísticos, discursivos, sociolingüísticos, estratégicos y socioculturales de los textos institucionales, periodísticos y publicitarios.

2 Actividades prácticas. (20 horas, 0,8 créditos). 100% Presencialidad.

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

Actividades dedicadas a la aplicación práctica de los aspectos teóricos presentados en los seminarios. En estas actividades se plantearán, debatirán y resolverán ejercicios específicos relacionados con los diferentes estadios del proceso traductológico.

3 Actividades de trabajo individual y en grupo. (100 horas, 4 créditos). 15% Presencialidad.

Estas actividades consistirán en la preparación, análisis y realización de las tareas de traducción, que posteriormente se discuten y consensuan en el grupo de clase. Realización del portafolio.

4 Actividades tutelares. Presencial y en línea (15 horas, 0,6 créditos). 60% Presencialidad.

Estas actividades consistirán en la reflexión y puesta en común -individualizada y en grupo reducido- de los problemas en el desarrollo del aprendizaje. Revisión individualizada de los ejercicios y encargos de traducción.

5 Actividades de evaluación de los contenidos, competencias y actitudes adquiridos en el módulo (5 horas, 0,2 créditos) 100% Presencialidad.

5.3.Programa

Bloque 1. La traducción institucional

1.1. Introducción a las características de los textos institucionales.

1.2. Traducción de textos de organismos e instituciones públicos y privados, europeos y supraeuropeos.

Bloque 2. La traducción periodística.

2.1. Introducción a las características de los textos periodísticos.

2.2. Análisis y traducción de géneros periodísticos de información y de opinión.

Bloque 3. La traducción publicitaria.

3.1. Introducción a las características de los textos publicitarios.

3.2. Análisis y traducción de textos publicitarios en su modalidad impresa.

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las clases se ajustarán al Calendario Académico aprobado por la Universidad. A lo largo del curso se asignará a los estudiantes una serie de encargos de traducción sobre varios de los géneros analizados y comentados en clase. Estos encargos tendrán una fecha límite de entrega y constituirán el portafolio docente del estudiante.

Las fechas de las pruebas oficiales de evaluación global serán las establecidas y publicadas por la Facultad.

El calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos, así como otras fechas clave de la asignatura, se describirán con detalle al comenzar el semestre y se publicarán en el entorno virtual correspondiente a la asignatura.

La presentación del portafolio tendrá como fecha límite el día de la prueba oficial de evaluación global de la asignatura, tanto en primera como en segunda convocatoria.

Recursos para el aprendizaje

Plataforma e-learning. Moodle Universidad de Zaragoza (<http://moodle.unizar.es>). Este entorno de aprendizaje virtual proporcionará a los estudiantes los contenidos y recursos bibliográficos de la asignatura, así como una plataforma para realizar las tareas de aprendizaje propuestas para este curso en línea.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

-
- BB** En torno a la traducción-adaptación del mensaje publicitario / Gloria Corpas Pastor, Adela Martínez García, Ma. Carmen Amaya Galván (coords.) Málaga : Universidad de Málaga, D.L. 2002
- BB** Hernández Guerrero, M. José. Traducción y periodismo / M. José Hernández Guerrero Berna: Peter Lang, 2009
- BB** Montes Fernández, Antonia. Traducción y globalización: análisis y perspectivas del fenómeno publicitario / Antonia Montes Fernández Granada : Editorial Comarés, 2007
- BB** Translating for the European Union institutions / Emma Wagner, Svend Bech y Jesús Manuel Martínez London : Routledge, 2012
- BB** Valdés Rodríguez, M. Cristina. La traducción publicitaria: comunicación y cultura / M. Cristina Valdés Rodríguez Barcelona : Universidad Autónoma de Barcelona : Aldea Global, 2004
- BC** a. Translation in Global News / Esperança Bielsa y Susan Bassnett London & New York: Routledge, 2009

66823 - Inglés: Traducción de textos institucionales, periodísticos y publicitarios

- BC** Crossing barriers and bridging cultures.
The challenges of multilingual translation
for the European Union / Arturo Tosi (ed.)
Clevedon : Multilingual Matters, 2003
- BC** Duro Moreno, Miguel. Traducir publicidad
o el arte de pasar hambre / Miguel Duro
Moreno Granada: Editorial Comarés, 2001
- BC** El texto de opinión de la prensa escrita : su
tratamiento en la traducción / Ana Sofía
Ramírez, coordinadora Las Palmas de
Gran Canaria : Universidad de Las
Palmas, Servicio de Publicaciones, 2005
- BC** Koskinen, Kaisa. Translating institutions:
an ethnographic study of EU Translation /
Kaisa Koskinen Manchester: St Jerome,
2008
- BC** La traducción periodística / José M. Bustos
Gisbert ... [et al.] ; coordinadoras, Carmen
Cortés Zaborras, Ma. José Hernández
Guerrero Cuenca : Universidad de
Castilla-La Mancha, 2005
- BC** Torresi, Ira. Translating Promotional and
Advertising Texts / Ira Torresi London :
Routledge, 2010