

VERSIÓN DEL AUTOR

Publicación original: Díaz-Millón, M., Rivera-Trigueros, I. & Gutiérrez-Artacho, J. (2021). La creatividad como una competencia básica en la formación en transcreación: un estudio de caso. En: C. Vargas Sierra & A.B. Martínez López (eds.), *Investigación traductológica en la enseñanza y práctica profesional de la Traducción y la Interpretación*. Granada: Comares. pp. 125-136.

LA CREATIVIDAD COMO UNA COMPETENCIA BÁSICA EN LA FORMACIÓN EN TRANSCREACIÓN: UN ESTUDIO DE CASO

Mar Díaz-Millón

Irene Rivera-Trigueros

Juncal Gutiérrez-Artacho

mardiazmillon@ugr.es

Universidad de Granada

1. Introducción

La creatividad, así como la toma de decisiones o el trabajo en equipo, son competencias transversales del Grado en Traducción e Interpretación, según el *Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación* (ANECA, 2004). Sin embargo, a veces es una de las competencias olvidadas en la formación de los estudiantes de traducción. Estas competencias transversales resultan ser esenciales para desempeñar nuevas actividades profesionales como la transcreación, entre otras.

Podemos definir la transcreación como un proceso intra o interlingüístico a través del cual se traducen algunas partes de un texto, otras se adaptan y otras se (re)crean (Gaballo, 2012; Pedersen, 2014). El equilibrio entre estos elementos dependerá de las características del texto y de los requisitos del cliente.

Así, la transcreación supone una propuesta innovadora en la formación de traductores por la gran cantidad de creatividad que demanda este proceso. De este modo, introducir la transcreación en la formación de traductores puede suponer una oportunidad para potenciar la adquisición de una serie de competencias transversales como la creatividad, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, el dominio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), etc.

En los últimos años, han surgido tendencias novedosas en educación que proponen nuevas metodologías disruptivas que favorezcan el aprendizaje y la adquisición de competencias. El aprendizaje disruptivo supone redefinir las metodologías didácticas tradicionales (Cobo, 2016). Significan un cambio de enfoque, una evolución de las pedagogías tradicionales que carecen de creatividad hacia un modelo holístico de aprendizaje centrado en el estudiante (Cochrane, Antonczak, Keegan & Narayan, 2014).

Esta propuesta describe una experiencia centrada en la transcreación llevada a cabo con un grupo de estudiantes del cuarto semestre del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada. Los estudiantes tuvieron una primera toma de contacto con la transcreación en un taller teórico-práctico enfocado al fomento de la creatividad y el trabajo en equipo. Los estudiantes recibieron diferentes encargos para adaptar un sitio web corporativo que requerían el diseño y aplicación de técnicas y estrategias de transcreación.

Los objetivos principales de este trabajo han sido acercar una actividad emergente en el campo de la traducción (la transcreación) y explorar cómo metodologías didácticas innovadoras tales como el aprendizaje colaborativo o el aprendizaje basado en proyectos pueden fomentar la adquisición de competencias transversales en los estudios superiores en Traducción e Interpretación.

2. Marco teórico

Hoy en día, el mercado laboral está en constante evolución y cambio como resultado de la globalización y del desarrollo de nuevas tecnologías. En consecuencia, están emergiendo nuevos perfiles profesionales que llevan a cabo actividades dinámicas y que exigen actitudes y habilidades además de competencias y conocimientos especializados. El sector de la traducción no es una excepción, y también han surgido nuevos perfiles en los últimos años. Uno de ellos es la transcreación, la cual podríamos definir como un proceso a través del cual algunas partes de un texto se traducen y otras se reinterpretan de forma creativa para un público meta diferente del original (Gaballo, 2012; Pedersen, 2014). El objetivo de esta reinterpretación interlingüística es producir en el público meta el mismo efecto que en el público origen. Por ello, tanto las palabras como el significado de los textos originales pueden verse seriamente modificados.

La transcreación ha alcanzado una especial relevancia en los procesos de internacionalización de empresas. Las empresas de todos los tamaños deben adaptar sus campañas de *marketing* cuando acceden a mercados extranjeros y es ahí donde la transcreación adquiere relevancia como medio de traducción lingüística y cultural.

En el ámbito empresarial, la transcreación podría confundirse con otros servicios lingüísticos como la traducción propiamente dicha, o con la adaptación. Sin embargo, la transcreación tiene una identidad propia. Incluso estándares como la norma ISO 17100 (AENOR, 2016) han reconocido a la transcreación como un servicio de valor añadido dentro de la industria de servicios lingüísticos. Las características que dan esa identidad propia a la transcreación tienen que ver con su ámbito de aplicación (generalmente, las industrias creativas), con el tipo de textos con los que trabaja y con las competencias que deben adquirirse para llevarla a cabo.

La transcreación mayoritariamente trabaja con textos intersemióticos. Por ejemplo, textos destinados a la difusión web, en los que entran en juego elementos lingüísticos, imágenes, colores, disposición, animaciones, voz, música, etc. (Rike, 2013). Para estos textos web multimodales, la lengua ya no es la fuente semiótica dominante sino solo un recurso más que interactúa con el resto generando significado (Munday, 2004). Cuando este contenido intersemiótico de un sitio web debe adaptarse culturalmente hasta, quizás, el punto de tener que crear un sitio web casi completamente diferente, este sitio se está transcreando. La diferencia entre la transcreación y la localización web iría en la línea de lo antes mencionado: la transcreación va más allá de la traducción lingüística y la adaptación cultural, la transcreación es la producción de un sitio web nuevo, diferente del original. La localización y la transcreación se acercan mucho, pero la localización no está asociada con la idea de creatividad con la que sí se asocia la transcreación (Rike, 2013).

Puesto que la transcreación es una actividad que deriva de la traducción, las competencias específicas que deben adquirirse para la transcreación son las mismas que para la traducción. Según el *Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación* (ANECA, 2004), las competencias específicas para la traducción son las siguientes:

- Dominio de lenguas extranjeras
- Conocimiento de culturas y civilizaciones extranjeras
- Dominio de la lengua propia, escrita y oral
- Dominio de técnicas y terminología de la traducción especializada
- Manejo de herramientas informáticas
- Dominio de técnicas de traducción asistida/localización
- Destreza para la búsqueda de información/documentación
- Conocimiento de los aspectos económicos y profesionales
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de diseñar y gestionar proyectos
- Poseer una amplia cultura

Además, los traductores-transcreadores deben adquirir también las competencias transversales a todas las titulaciones de la educación superior. Según el proyecto Tuning (González & Wagenaar, Edits. 2003), las competencias transversales son una serie de conocimientos y habilidades que los estudiantes deben ser capaces de comprender, dominar y demostrar después de haber completado un período de estudios. Algunas competencias transversales son, por ejemplo, trabajo en equipo, toma de decisiones, dominio de las TIC, pensamiento crítico, comunicación y creatividad. A estas competencias esenciales para el desarrollo de la traducción y de la transcreación no siempre se les concede la importancia que merecen en el actual Grado en Traducción e Interpretación (Olvera-Lobo, Robinson & Gutiérrez-Artacho, 2018) quizás debido a la necesidad de desarrollar las habilidades de traducción como producto final (Hansen-Schirra, Hofmann, & Nitzke, 2018). Parece entonces necesario aplicar nuevas metodologías de aprendizaje en los estudios superiores de Traducción e Interpretación que permitan el desarrollo de competencias transversales, a la vez que específicas, aplicables en nuevos perfiles profesionales, notablemente en transcreación.

El ya mencionado Proyecto Tuning, aprobado por la Comisión Europea, supuso un cambio de paradigma en la educación superior en Europa. Uno de sus ejes clave fue cambiar el enfoque de una educación centrada en la enseñanza a otra centrada en el aprendizaje. Este cambio de paradigma del tradicional modelo centrado en el profesor al nuevo modelo centrado en el estudiante recibe el nombre *heutagogy*. Este proceso es el que ha motivado que en los últimos años se hayan explorado nuevas metodologías que redefinen la pedagogía tradicional. Algunas de estas metodologías son el aprendizaje

colaborativo y el aprendizaje basado en proyectos o *project-based learning* (de ahora en adelante en este artículo, PjBL).

El aprendizaje colaborativo es un enfoque didáctico basado en la contribución de un grupo de alumnos para crear un producto final. En diversos trabajos se han constatado los efectos positivos del aprendizaje cooperativo en la educación de grado como, por ejemplo, el aumento de la implicación de los estudiantes en su propio aprendizaje o la mejora de la adquisición de competencias transversales, como el pensamiento crítico, la resolución de problemas complejos, la creatividad y la comunicación (Severiens & Schmidt, 2009; Sung, Chang, & Liu, 2016).

El PjBL es un enfoque pedagógico basado en la cooperación y la interacción entre iguales. El objetivo de esta metodología es que un grupo de estudiantes trabajen juntos para crear un producto final (Kokotsaki, Menzies, & Wiggins, 2016). Es una metodología que se está utilizando cada vez más en la educación superior en áreas como la ingeniería, debido al creciente reconocimiento de la importancia de que los estudiantes adquieran competencias profesionales como la comunicación, la ética, la información, el aprendizaje permanente, la gestión de proyectos y el trabajo en equipo (Beddoes, Jesiek & Borrego, 2010).

Estas dos metodologías ya han sido aplicadas al ámbito de la docencia de Traducción e Interpretación. Ese es el caso del modelo MPDT desarrollado en la Universidad de Granada. Este modelo reúne dos enfoques del aprendizaje en el aula: el PjBL y el aprendizaje cooperativo/colaborativo (Robinson, Olvera-Lobo, & Gutiérrez-Artacho, 2016). El modelo MPDT pretende acercarse al mundo empresarial de la traducción a través de la potenciación del trabajo en equipo como si se tratara de un encargo real. Se ha revisado para incluir los cambios requeridos por el proceso Bolonia en Europa y aún el aprendizaje electrónico con la adquisición de competencias transversales como la creatividad, el trabajo en equipo, la comunicación, la toma de decisiones y las capacidades organizativas (Olvera-Lobo, et al., 2018).

Otro ejemplo reciente de aplicación del PjBL en el aula de traducción es el trabajo de Moghaddas & Khoshsaligheh (2019), quienes midieron cualitativa y cuantitativamente la mejora del rendimiento de los estudiantes de una asignatura de traducción inglés-persa tras aplicar el aprendizaje basado en proyectos. Además, los autores constataron que los estudiantes no solo mejoraron la calidad de sus traducciones, sino que también mejoraron competencias transversales como el pensamiento crítico y el trabajo en equipo.

En el caso concreto de la transcreación, Morón & Calvo (2018) propusieron un enfoque basado en proyectos para incluir la transcreación dentro del programa del grado en Traducción e Interpretación. En su proyecto de innovación docente TeCreaTe, las autoras acercaron a los alumnos del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla a la transcreación en el sector del *marketing* a través de proyectos simulados. De manera similar al modelo MPDT mencionado anteriormente, las autoras diseñaron proyectos bajo un enfoque colaborativo. Según las autoras, esta innovadora experiencia docente en transcreación tuvo un impacto positivo en la mayoría de los estudiantes, quienes, en una encuesta posterior a la actividad, la

consideraron positiva, enriquecedora e inspiradora. Morón & Calvo (2018) identificaron una serie de competencias (transversales y específicas) que deben activarse al hacer tareas de transcreación. Algunas de ellas son, entre otras: la escritura creativa, el trabajo en equipo y el trabajo autónomo.

3. Metodología y descripción de la actividad

Para este estudio se contó con 26 participantes que cursaban la asignatura Traducción B-A Francés, impartida en el cuarto semestre del grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada. Los estudiantes que participaron en el estudio tenían edades comprendidas entre los 19 y 22 años. Además, 16 de los participantes eran mujeres, 9 hombres y un participante que prefirió no revelar este dato. Los estudiantes también proporcionaron su última calificación en la asignatura: 1 de ellos tenía la calificación «suspense»; 9 de ellos la calificación «aprobado»; 12 de ellos la calificación «notable»; 1 de ellos la calificación «sobresaliente» y 3 participantes prefirieron no proporcionar esta información. Debido a la organización del currícula, para la mayoría de los estudiantes esta asignatura es su primer contacto con la traducción.

En esta actividad se aplicaron los enfoques de trabajo colaborativo y PjBL que en experiencias anteriores habían demostrado tener un impacto positivo en la docencia de la traducción y, particularmente, en la de la transcreación. Al grupo se le presentó un proyecto de transcreación web simulado. Se trató de un proyecto simulado porque se les presentó bajo la forma de un encargo real, pero dividido en actividades concretas que permitieran a los estudiantes aplicar conocimientos y habilidades específicas. Para este proyecto, se eligió un sitio web corporativo real de una pequeña empresa francesa—Institut des Biotechnologies Jacques Boy— dedicada a la fabricación de dispositivos médicos de diagnóstico in-vitro. Se escogió un sitio web corporativo ya que es en el contexto de las empresas donde es más habitual encontrar encargos de transcreación. Además, este sitio web en particular resultaba idóneo para la realización de la actividad puesto que su diseño tenía numerosas referencias a la cultura francesa tales como los colores del sitio web y varios eslóganes, entre otros.

Al inicio de la primera sesión, los estudiantes recibieron una introducción teórica sobre la transcreación en general, y sobre la transcreación web en particular. De este modo, los estudiantes recibieron nociones teóricas básicas que facilitaron la comprensión de las actividades. Los estudiantes trabajaron en cinco grupos de entre 4 y 6 personas. Estos equipos eran los grupos de trabajo habituales para esa asignatura, lo que facilitaba las dinámicas del trabajo en equipo.

En las siguientes secciones se presenta la estructura de las actividades.

3.1 Presentación de los encargos de transcreación

Se presentaron a los estudiantes tres encargos de transcreación diferentes. Se diseñaron tres encargos diferentes para que los equipos trabajaran con distintos niveles de libertad a la hora de adaptar el sitio web. Así, el primero les pedía introducir grandes cambios para adaptar el sitio web al mercado español, mientras que al tercero se le imponía ciertas

restricciones. El segundo encargo se encontraría a medio camino. La presentación de tres encargos implicó que los estudiantes tuvieran que aplicar diferentes estrategias y diferentes niveles de creatividad. Así, la puesta en común posterior a la actividad sería mucho más enriquecedora.

Encargo 1: El laboratorio francés Institut des Biotechnologies Jacques Boy (<https://www.ibjb.fr/>), dedicado a la fabricación de dispositivos médicos de diagnóstico in-vitro, va a abrir próximamente una sede en España. Os encarga una propuesta para adaptar su sitio web para España. El cliente cree que debe adaptar completamente el sitio web a la cultura española así que os solicita que diseñéis un sitio web muy diferente del original.

Encargo 2: El laboratorio francés Institut des Biotechnologies Jacques Boy (<https://www.ibjb.fr/>), dedicado a la fabricación de dispositivos médicos de diagnóstico in-vitro, quiere ampliar su mercado y vender sus productos en España. Os encarga una propuesta para adaptar su sitio web para España. El cliente cree que debe adaptar bastante el sitio web a la cultura española sin perder su identidad propia. Os solicita que diseñéis un sitio web bastante diferente del original.

Encargo 3: El laboratorio francés Institut des Biotechnologies Jacques Boy (<https://www.ibjb.fr/>), dedicado a la fabricación de dispositivos médicos de diagnóstico in-vitro, quiere ampliar su mercado y empezar a introducir sus productos en España. Os encarga una propuesta para adaptar su sitio web para España. El cliente cree que debe adaptar el sitio web a la cultura española así que os solicita que diseñéis un plan para adaptarlo.

En todas las actividades se solicitó a los estudiantes que justificaran por escrito sus decisiones. El objetivo era facilitar tanto la puesta en común final como la evaluación de los resultados de la actividad.

3.2 Actividad inicial

Con el fin de introducir a los estudiantes en la transcreación, se propuso como actividad inicial la adaptación del eslogan de la empresa. Se diseñó esta actividad como primera toma de contacto de los estudiantes con la transcreación para desencadenar la aplicación de estrategias creativas. Esta actividad estuvo inspirada por la propuesta de Rojo & Meseguer (2015), en la que las autoras plantean, entre otras actividades, la traducción de títulos de libros y películas para fomentar la creatividad en el aula de traducción.

Actividad 1: Como primer ejercicio, debéis crear un eslogan en español para la empresa. El eslogan original de la empresa en Francia es «Pionniers par

nature» pero el cliente quiere adaptarlo para empezar a vender sus productos en España. Tenéis libertad creativa, pero debéis conservar la idea original del eslogan en francés. También debéis justificar por escrito la elección de un eslogan en concreto.

Con este ejercicio se buscó que, a través del diálogo y del trabajo colaborativo, que los estudiantes presentaran una única propuesta final apoyado por todos los miembros del equipo. Estos, además, debían ser capaces de justificar y defender sus decisiones.

Dado que los sitios web son complejos (Jiménez-Crespo, 2011), y para que la actividad tuviera en cuenta todos los aspectos de un sitio web, se clasificaron los ejercicios en tres bloques: 1) actividades relativas al diseño del sitio web, 2) actividades relativas al contenido no textual, y 3) actividades relativas al contenido textual.

3.3 Actividades relativas al diseño

En cuanto al diseño del sitio web, se planteó a los equipos que propusieran una combinación nueva de colores. El objetivo era hacerles reflexionar sobre las connotaciones culturales que pueden tener elementos de diseño (en este caso, los colores) y sobre la importancia de mantener una imagen de marca.

Los colores predominantes de este sitio web (blanco, rojo, azul) eran relevantes desde el punto de vista cultural ya que representan los colores de la bandera de Francia. Esa elección de colores, junto con textos como «100% INDÉPENDANT ET FRANÇAIS», muestran la importancia que esta empresa da a su origen. En función de las particularidades de cada encargo, los estudiantes debían elegir una estrategia para adaptar la imagen de marca.

Actividad 2: Toda marca lleva asociado un diseño en el que se incluyen elementos como el nombre, el logo, los colores, las imágenes, etc. Para este ejercicio, el cliente os pide que adaptéis su diseño para el sitio web en español. En concreto, quiere cambiar los colores principales del sitio web (blanco, rojo, azul). Quiere conservar su logo y su nombre, pero acepta vuestras sugerencias. Proponedle un diseño de colores nuevo de acuerdo a los requisitos del encargo y justificadlo muy bien por escrito.

Al mismo tiempo, también se les solicitó que propusieran ideas para adaptar el logo y el nombre de la empresa si lo deseaban. Todas estas decisiones debían ser coherentes entre sí, de modo que cada equipo terminara definiendo una estrategia de transcreación para adaptar la imagen de marca en el sitio web en español.

3.3 Actividades relativas al contenido no textual

A continuación, se planteó a los estudiantes una serie de actividades de transcreación del contenido no textual del sitio web. Se trata de contenido como imágenes, información de contacto, enlaces a cuentas en redes sociales y vídeos.

En primer lugar, se seleccionaron tres imágenes de diferentes partes del sitio web que planteaban retos y desafíos para la transcreación. La primera imagen representaba uno de los productos comercializados por el cliente, en el que se apreciaban su nombre, su logo, su eslogan y la gama de colores elegidos por la empresa. Los estudiantes debían adaptar esta imagen teniendo en cuenta las decisiones tomadas en las actividades anteriores, así como enfrentar las dificultades de adaptar el nombre de un producto a otro idioma. A todo esto, se añadía la dificultad de que el idioma del nombre del producto original no era ni francés ni español, sino inglés.

La segunda imagen representaba al equipo que formaba la empresa en Francia, y la tercera representaba los sellos de tres entidades que certificaban a la empresa. Según las particularidades de cada encargo, los estudiantes debían establecer una estrategia para adaptar estas imágenes: eliminarlas, mantenerlas, cambiarlas, etc. En este caso, que los equipos tuvieran tres encargos diferentes animaba a tener en cuenta diferentes escenarios para los que serían apropiados estrategias muy variadas.

Actividad 3: Debéis decidir qué imágenes formarán parte del sitio web en español. En concreto, debéis decidir qué vais a hacer con las imágenes siguientes. Por ejemplo, ¿vais a mantenerlas tal cual? ¿vais a mantenerlas con modificaciones?, ¿preferís eliminarlas y añadir imágenes nuevas?

Como siguiente actividad, los estudiantes trabajaron con la información de contacto del sitio web. Este apartado presenta varios retos de traducción para los que puede ser necesario aplicar estrategias de transcreación. En estas secciones, pueden ser problemáticos elementos como el nombre y la fotografía de las personas de contacto, las direcciones de e-mail, los horarios de atención al público, la dirección y el número de teléfono de la empresa o los formularios de contacto. Las estrategias de los estudiantes sobre estos apartados estaban condicionadas por su encargo y por las decisiones que habían tomado en las actividades anteriores.

Actividad 4: Observad detenidamente la página *Contact* y responded a las siguientes preguntas:

1. Observad que para cada departamento de la empresa aparece la fotografía, el nombre y el e-mail de una persona de contacto diferente. En función del encargo que se os ha asignado, responded a las siguientes cuestiones:
 - a. ¿Mantendríais a las mismas personas de contacto? ¿Qué alternativas proponéis en caso de no mantenerlas?

b. ¿Cuál es la estrategia que emplearíais con la dirección de correo electrónico de contacto, que tiene un dominio francés?

2. Observad los horarios y la dirección, teléfono y correo electrónico de contacto y explicad qué estrategias seguiríais en función del encargo asignado. Recordad que no se trata solo de su traducción, podéis proponer a la empresa que haga algunos cambios para adaptarse al mercado español.

3. ¿Cambiaríais algo del formulario de contacto? ¿Qué haríais con el texto de los dos recuadros que aparecen debajo del cuadro del mensaje? ¿Y con el *captcha*?

A través de las preguntas dirigidas de esta actividad, los estudiantes reflexionaron no solo sobre los aspectos culturales, sino también sobre los aspectos técnicos de la transcreación web.

Como quinta actividad, los estudiantes debieron explicar cómo trabajarían con los enlaces a las redes sociales de la empresa. Esta actividad pretendía que los estudiantes reflexionaran sobre la relevancia de que los usuarios de sitios web corporativos y potenciales clientes puedan acceder a las redes sociales de las empresas en un idioma que puedan entender, puesto que la presencia on-line es un elemento clave en los procesos de internacionalización (Olvera-Lobo & Castillo-Rodríguez, 2018).

Actividad 5: El Institut de Biotechnologies Jacques Boy cuenta con una página de Facebook, una cuenta de LinkedIn y un canal de YouTube. Resumid brevemente cuál es la estrategia que adoptaríais con las redes sociales de la empresa en función del encargo. Por ejemplo, ¿quitaríais los enlaces de la web? ¿crearíais desde cero las redes sociales para el mercado español? ¿mantendríais las redes sociales actuales, pero traduciendo su contenido? Justificad la elección de vuestra estrategia.

Como última actividad sobre el contenido no textual, se pidió a los estudiantes que explicaran cómo iban a tratar el único vídeo que la empresa tiene en su canal de YouTube. Con esta actividad, se animó a los estudiantes a diseñar estrategias de traducción audiovisual coherentes con el encargo y con las decisiones tomadas en las actividades anteriores.

Actividad 6: El canal de YouTube cuenta con un vídeo, en función del encargo asignado ¿qué harías con él para adaptarlo a los requisitos del encargo?

3.4 Actividades relativas al contenido textual

Como actividad final, los estudiantes trabajaron con tres extractos de texto del sitio web. Se eligieron tres fragmentos de géneros diferentes que presentaban retos de distinta

naturaleza. Con esta actividad, se pretendía que los estudiantes fueran conscientes de que un sitio web aúna diferentes géneros textuales, con diferentes funciones lingüísticas y que requirieran diferentes estrategias de traducción.

Para la actividad se seleccionó en primer lugar un fragmento del apartado *Légal* del sitio web, en el que se da información legal sobre el propio sitio web. En segundo lugar, se eligió la descripción de un producto y en tercer lugar un eslogan de presentación de la empresa. Se trata, por tanto, de un fragmento de un texto jurídico, otro técnico y otro más cercano al *marketing*. Este último fragmento, el texto «100% INDÉPENDANT ET FRANÇAIS», se conectaba con la segunda actividad, en la que los estudiantes también se enfrentaron a la dificultad de adaptar un elemento cultural.

Actividad 7: Cuando se transcrea un sitio web, no se trabaja de la misma manera con todos los textos. Según sus características y las del encargo, algunos deberán traducirse, otros adaptarse, y otros podrán crearse desde cero. Como actividad final, debéis decidir qué estrategias vais a seguir para trabajar con los siguientes textos. No es necesario que los traduzcáis, solo debéis detallar vuestra estrategia. Justificad vuestras decisiones por escrito.

Puesto que los estudiantes que participaron en la actividad provenían de una asignatura en la que estaban teniendo su primer contacto con la traducción, no se les pidió que tradujeran los fragmentos de texto, sino que solamente detallaran cuál sería su estrategia para adaptar esos textos para el sitio web en español.

4. Conclusiones

El objetivo de este trabajo era describir una experiencia didáctica en el aula de traducción. En concreto, se han descrito las características de una actividad centrada en la transcreación web que se llevó a cabo con un grupo de estudiantes del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada. Los objetivos de esta experiencia eran dos: 1) introducir a este grupo de estudiantes en una actividad novedosa, la transcreación, y 2) explorar cómo metodologías didácticas pueden fomentar la adquisición de competencias transversales en los estudios superiores en Traducción e Interpretación. Notablemente, esta experiencia buscaba activar en los estudiantes las competencias de creatividad, trabajo en equipo y toma de decisiones. Estas son competencias imprescindibles para llevar a cabo proyectos de transcreación.

Esta actividad comenzó con una introducción teórica sobre la transcreación y sus características. A continuación, se propuso a los estudiantes una serie de ejercicios prácticos. Bajo la forma de un proyecto simulado, se fue guiando a los estudiantes a través de los ejercicios por los diferentes aspectos de la transcreación web. Para trabajar en esta actividad, se aplicaron técnicas de trabajo colaborativo y de aprendizaje basado en proyectos (PjBL). Tras una actividad inicial que sirvió como toma de contacto con la transcreación, las actividades se dividieron en tres bloques: 1) actividades relativas al

diseño del sitio web, 2) actividades relativas al contenido no textual, y 3) actividades relativas al contenido textual.

Se trata de una primera experiencia exploratoria sobre como algunas metodologías disruptivas como el PjBL y el trabajo colaborativo pueden ayudar a fomentar algunas de las competencias transversales necesarias para la transcreación en el contexto del aula de traducción. En investigaciones futuras se analizarán los resultados de esta experiencia y se propondrán mejoras.

La introducción de la transcreación y de otros perfiles profesionales emergentes en el plan de estudios del Grado en Traducción e Interpretación parece una realidad que las recientes investigaciones en ese campo van demostrando. De igual modo, la aplicación de metodologías de enseñanza innovadoras en el aula de traducción es una línea de investigación bastante prometedora que deberá concretarse en investigaciones futuras.

Referencias bibliográficas

- AENOR. (2016). *UNE-EN ISO 17100:2015: Servicios de traducción. Requisitos para los servicios de traducción*. Obtenido de <http://www.aenor.es/>
- ANECA. (2004). *Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación*. Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. Obtenido de http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco_traduc_def.pdf
- Beddoes, K. D., Jesiek, B. K., & Borrego, M. (2010). Identifying Opportunities for Collaborations in International Engineering Education Research on Problem- and Project-Based Learning. *Interdisciplinary Journal of Problem-Based Learning*, 4(2). Obtenido de <https://doi.org/10.7771/1541-5015.1142>
- Cobo, C. (2016). *La Innovación Pendiente. Reflexiones (y Provocaciones) sobre educación, tecnología y conocimiento*. Montevideo: Colección Fundación Ceibal/Debate.
- Cochrane, T., Antonczak, L., Keegan, H., & Narayan, V. (2014). Riding the wave of BYOD: developing a framework for creative pedagogies. *Research in Learning Technology*, 22. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3402/rlt.v22.24637>
- Gaballo, V. (2012). Exploring the boundaries of transcreation in specialized translation. *ESP Accross Cultures*, 9, 95-113.
- González, J., & Wagenaar, R. (Edits.). (2003). *Tuning Educational Structures in Europe*. Bilbao: Universidad de Deusto. Obtenido de http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_SP.pdf
- Hansen-Schirra, S., Hofmann, S., & Nitzke, J. (2018). Acquisition of Generic Competencies Through Project Simulation in Translation Studies. En O. Zlatkin-Troitschanskaia, G. Wittum, & A. Dengel (Edits.), *Positive Learning in the Age of Information. A Blessing or a Curse?* (págs. 267-280). Springer VS.

- Jiménez-Crespo, M. Á. (2011). To adapt or not to adapt in web localization: a contrastive genre-based study of original and localised legal sections in corporate websites. *Jostrans: The Journal of Specialized Translation*(15), 1-27.
- Kokotsaki, D., Menzies, V., & Wiggins, A. (2016). Project-based learning: A review of the literature. *Improving Schools*, 19(3), 267-277. doi:10.1177/1365480216659733
- Moghaddas, M., & Khoshsaligheh, M. (2019). Implementing project-based learning in a Persian translation class: a mixed-methods study. *The Interpreter and Translator Trainer*, 13(2), 190-209.
- Morón, M., & Calvo, E. (2018). Introducing transcreation skills in translator training contexts: A situated project-based approach. *The Journal of Specialised Translation*(29), 126-148.
- Munday, J. (2004). Advertising: Some challenges to translation theory. *The Translator*, 10(2), 199-219.
- Olvera-Lobo, M. D., & Castillo-Rodríguez, C. (2018). Dissemination of Spanish SME information through web 2.0 tools. *Journal of Transnational Management*. Obtenido de <https://doi.org/10.1080/15475778.2018.1509422>
- Olvera-Lobo, M. D., Robinson, B. J., & Gutiérrez-Artacho, J. (2018). Generic competences, the great forgotten: Teamwork in the undergraduate degree in translation and interpretation. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 12(11), 4190-4194.
- Pedersen, D. (2014). Exploring the concept of transcreation - transcreation as 'more than translation'? *Cultus: The Journal of Intercultural Mediation and Communication*, 27, 57-71.
- Rike, S. M. (2013). Bilingual corporate websites — from translation to transcreation? *The Journal of Specialised Translation*, 20, 68-85.
- Robinson, B. J., Olvera-Lobo, M. D., & Gutiérrez-Artacho, J. (2016). After Bologna: Learner- and competence-centred translator training for “digital natives”. En C. Martín de León, & V. González-Ruiz, *From the Lab to the Classroom and Back Again: Perspectives on Translation and Interpreting Training. New Trends in Translation Studies Series* (págs. 325-359). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Rojo, A., & Meseguer, P. (2015). Fomentando la creatividad: una propuesta didáctica para el aula de traducción. *Quaderns: revista de traducció*.
- Severiens, S. E., & Schmidt, H. G. (2009). Academic and social integration and study progress in problem based learning. *Higher Education*, 58, 59-69. doi:10.1007/s10734-008-9181-x
- Sung, Y.-T., Chang, K.-E., & Liu, T.-C. (2016). The effects of integrating mobile devices with teaching and learning on students' learning performance: A meta-analysis

and research synthesis. *Computers & Education*, 252-275. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2015.11.008>

NOTAS

Este trabajo ha contado con el apoyo del Programa de Formación del Profesorado Universitario FPU17/00667 y FPU18/02698 (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), del Proyecto de Innovación Docente COMTRANSTI de la Universidad de Granada y del Proyecto de I+D+i RTI2018.093348.B.I00 (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), financiado parcialmente por el programa FEDER de la Unión Europea y la Agencia Estatal de Investigación (AEI).