

COLLOQUE INTERNATIONAL APFUE TEXTE ET DISCOURS celebrado los días 17, 18 y 19 en la Universidad de Salamanca.

Título de la comunicación:

L'adaptation publicitaire: la valeur ajoutée de la communication internationale.



La publicidad internacional se enfrenta a un reto nada fácil a la hora de elegir un tipo de estrategia de comunicación: mundializar los conceptos creativos con un mensaje único o bien adaptar el discurso publicitario según las características socioculturales de los segmentos a los que va dirigido ¿ Es posible reconciliar esta controversia a través del concepto : "*think global, act local*" ? La adaptación publicitaria, a medio camino entre traducción y creación, representa la estrategia que reivindica un valor añadido y una dimensión creativa respecto a una actividad traslativa tradicional.

