

NUEVAS PERSPECTIVAS PARA LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

Roberto Mayoral Asensio

Universidad de Granada

Resumen

En este trabajo se discuten las orientaciones básicas que debiera tener la formación de traductores audiovisuales y el estudio de la traducción audiovisual en la universidad tras la experiencia acumulada en España en las dos últimas décadas y a la luz de cómo se está desarrollando el sector y sus previsiones de futuro. El objeto de estudio, la traducción audiovisual, se describe como una actividad en permanente y rapidísimo cambio cuya definición debiera hacerse de forma flexible para incorporar las nuevas actividades y rechazar las ya obsoletas. Se insiste en la integración de los productos audiovisuales y los multimedia y en las consecuencias de este fenómeno. También se describe la situación en el sector, que exige del profesional una gran versatilidad, habilidades humanísticas y técnicas, la destreza para utilizar simultáneamente diferentes tipos de traducción audiovisual, conocimientos informáticos especializados y una apertura hacia actividades más propias del mundo empresarial que del puramente traductor.

Palabras clave: traducción, audiovisual, multimedia, localización, formación, sector, mundo profesional

Abstract

This paper discusses the basic direction which both the training of audiovisual translators and the study of audiovisual translation should take in the context of higher education. The considerations are based on experience accumulated in Spain over the past two decades and on the current and future situation of the industry itself. Audiovisual translation is described as an activity in constant and very rapid evolution, and which should be defined in a flexible fashion to include new activities and to exclude those which become obsolete. Stress is given to the increasing lack of differentiation between audiovisual and multimedia products, and to the consequences of this phenomenon. Finally, a description is offered of the industry itself, which requires of its professionals a high degree of versatility, a combination of humanistic and technical skills, the ability to apply simultaneously different kinds of audiovisual translation and specialised IT skills, all this together with an open-minded approach to activities often more business- than purely translation- orientated.

Keywords: translation, audiovisual, multimedia, localization, training, industry, job market

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como fin discutir las orientaciones básicas que debieran tener la formación de traductores audiovisuales y el estudio de la traducción audiovisual en la universidad tras la experiencia acumulada en España en las dos últimas décadas y a la luz de cómo se está desarrollando el sector y sus previsiones de futuro. Se inserta este trabajo en un presupuesto que ya debiera estar perfectamente asumido por toda la universidad española en el tercer milenio: la universidad debe estar al servicio no sólo

de la ampliación del conocimiento sino también de las necesidades de la sociedad que la sustenta; el conocimiento por el conocimiento, si existe, es un lujo frívolo. Esto es especialmente cierto para las facultades de traducción e interpretación, que tienen encomendada como principal, aunque no única, misión la de formar traductores e intérpretes profesionales. No me siento muy identificado con aquella actividad académica cuyas conclusiones no son útiles para el avance de nuestro conocimiento sobre el tema, para la mejora de la calidad del trabajo profesional, para la formación de traductores o para la calidad del producto que llega al consumidor («ciencia banal» se le denomina en otros ámbitos del conocimiento y se le niega su valor como ciencia). En la universidad mostramos cierta tendencia a escudarnos en la necesidad de hacer avanzar el conocimiento «puro», no aplicado ni aplicable, para situarnos a una distancia segura de la prueba de fuego que para nuestras propuestas supone su contraste con la realidad. Hay disciplinas que ofrecen en su objeto de estudio un alejamiento suficiente de la realidad para enmascarar este problema; en mi opinión, éste no es el caso de la traducción audiovisual pues el consumo de los productos audiovisuales traducidos es una realidad cotidiana en la vida de casi todas las personas, evidencia una actividad económica importantísima y constituye uno de los elementos de transmisión cultural más eficaces que se conocen. Ante esta realidad, pienso que deberíamos evitar dedicar nuestro tiempo y el de los que nos escuchan a discutir sobre el sexo de los ángeles.

La realidad profesional, y por tanto la educativa, puede resultar muy diferente para diferentes entornos geográficos. Esta afirmación estaba muy clara hasta hace poco tiempo pero, como veremos más adelante, necesita de importantes matizaciones. La realidad profesional es cada vez más homogénea y está menos sujeta a parámetros geográficos, aunque la realidad educativa sigue manteniendo importantes diferencias (se han dado grandes pasos para evitarlo en el ámbito de la Unión Europea), debido a la diferente extracción histórica, cultural y lingüística de sus participantes. La discusión que estamos comenzando no tiene en cuenta las peculiaridades del entorno profesional y educativo en las comunidades autónomas por ignorancia de quien se dirige a ustedes, aunque estoy seguro de que sabrán filtrar las generalizaciones excesivas a través de su conocimiento de los condicionamientos específicos de su propia realidad.

Voy a plantear cuestiones de futuro que en estos momentos pueden parecer a algunos visionarias. La realidad de la producción y de la profesión avanza gracias a estas exploraciones en lo que todavía no es o sólo se deja percibir por indicios. Lo que hoy es una previsión de futuro dejará de serlo en un par de años y se habrá convertido en realidad, al tiempo que parte de lo que hoy presentamos como realidad habrá dejado ya de serlo. De aquí que a la universidad le resulte prácticamente imposible mantenerse al día en sectores con un avance tecnológico tan rápido como es el audiovisual, de aquí que las posibilidades de que la universidad realice investigación aplicada en este campo sean casi pura quimera para todo aquello que para resolverse precise algo más que recado de escribir y una botella de coñac. Si la industria hubiera de esperar a que la información tecnológica se difundiera y asimilara en la universidad para poner en marcha los nuevos avances, la industria se paralizaría. Como ejemplos de lo que estamos comentando, bastaría con recordar los casos de Internet, el DVD (en un par de años ya ha cambiado su nombre de «disco vídeodigital» a «disco versátil digital»), las memorias de traducción, las plataformas digitales de televisión, el cine en soporte digital o los productos multimedia.

De aquí podemos deducir que la universidad, para sobrevivir en este torbellino tecnológico, depende de la industria. Sobrevivir para la universidad va a significar seguir siendo útil en la formación de los profesionales que la industria necesita y sobrevivir va a significar también para la universidad que su investigación y su

reflexión teórica sean útiles para el avance tecnológico. Si la formación y la investigación se hacen únicamente en las empresas, la universidad deja de ser útil. Un caso preocupante reciente es el de la asignación por la Comisión Europea de ingentes fondos públicos para la investigación en un nuevo modelo de coche no contaminante a la empresa Volkswagen. Como experiencias penosas por parte de la Universidad cabe recordar también el fracasado proyecto Eurotra de traducción automática.

A continuación, intentaré definir el campo de lo audiovisual, sus perspectivas profesionales y la repercusión de todo esto sobre nuestro trabajo en las facultades de traducción e interpretación.

2. CONCEPTO DE TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

En un principio, se identificaba traducción audiovisual con traducción cinematográfica. La incorporación de la traducción para televisión y vídeo llevó a la introducción de la denominación *traducción audiovisual*. La traducción audiovisual incluye así diferentes modalidades de traducción:

- doblaje
- subtítulo
- *voice-over*
- interpretación simultánea
- narración
- *half-dubbing*

Esta clasificación se entrecruza con la de diferentes géneros audiovisuales: ficción, documentales, publicidad, telediarios, etc.

El subtítulo se puede presentar, además de en la forma habitual para las películas en cine y televisión, en *display* electrónico, continuo para telediarios, para sordos, o en productos multimedia (con *efecto karaoke*, subtítulo de transcripción, en lugares diferentes de la pantalla). El subtítulo, también, se puede generar electrónicamente, mediante ordenador. Asimismo, existe un forma de subtítulo para introducir las películas de cine en el mercado, siempre en inglés, que reviste características algo diferentes a las del subtítulo para la proyección comercial.

Con posterioridad se introdujo la denominación de *traducción para la pantalla* (*screen translation*), que pretende ser más amplia que la de traducción audiovisual al incluir el monitor del ordenador en programas multimedia y permitir por tanto su extensión a la *localización* (traducción) de productos informáticos en general. En la actualidad se está produciendo también con fuerza la incorporación del teatro y la publicidad como objetos de estudio de los especialistas en traducción audiovisual así como el desarrollo de una vertiente aplicada centrada en la didáctica.

La traducción audiovisual está experimentando una revolución fomentada por el incremento espectacular de la demanda y la oferta de productos audiovisuales, que se manifiesta en:

- la multiplicación de cadenas de televisión internacionales, regionales y locales
- la diversificación de la oferta televisiva: plataformas digitales, televisión a la carta, etc.
- la diversificación de los medios: cable y satélite
- el incremento de actividades como la enseñanza a distancia

Otro aspecto que fomenta esta revolución es el avance técnico, concretado en los últimos tiempos en:

- la transmisión por fibra óptica, el aire y el cableado telefónico

- el DVD
- los productos multimedia

La emisión por satélite permite en estos momentos la emisión de dos señales de audio (versión dual), con lo que se puede escoger entre ver la versión original o la versión doblada. Ya en las plataformas digitales se puede emitir por satélite en siete canales diferentes, ampliándose la posibilidad de recibir versiones dobladas a más lenguas. La fibra óptica abaratará las limitaciones económicas actuales y será posible recibir tres señales de vídeo para una de audio, siendo esto de aplicación para las versiones subtítuladas. Las emisiones para sordos pueden simultanear ya la versión original con interpretación en lengua de signos y con teletexto utilizado para subtítulo especial para sordos. El DVD, introducido recientemente en el mercado, ofrece la posibilidad de 8 horas de música o de vídeo con calidad digital, con versiones original y dobladas en 8 lenguas y 32 bandas para subtítulo. Ya está sustituyendo a marchas aceleradas a la cinta de vídeo tradicional.

Todo esto se enmarca en un periodo de consolidación del vídeo doméstico y de incremento de la producción cinematográfica en el mundo.

La realidad de la traducción audiovisual hasta ayer se distinguía claramente de la traducción de productos informáticos (localización), pero ambas actividades están confluyendo dada la creciente informatización de los productos audiovisuales y la creciente consolidación como productos multimedia tanto de los productos para cine, vídeo y televisión como de los productos para uso en ordenador (aplicaciones profesionales, educativas, juegos, publicidad...). Así, estamos presenciando cómo se empieza a filmar películas para cine en soporte digital, cómo se hacen películas para cine en las que las imágenes se generan digitalmente, cómo la cinta de vídeo está siendo sustituida por el soporte electrónico de los DVD, cómo las aplicaciones informáticas profesionales adoptan de forma cada vez más extensa el soporte multimedia y cómo este soporte multimedia se está generalizando en cualquier transmisión de información, ya sea ésta con fines educativos y de formación, de entretenimiento, publicitaria o de cualquier tipo. Hasta los periódicos hoy y los libros mañana van a utilizar al menos en parte el soporte multimedia. El soporte multimedia integra por un lado elementos audiovisuales clásicos (en el caso de la traducción, *voice-over*, subtítulo y doblaje) y elementos de localización informática (software, ayudas, documentación); la vertiente artística de la traducción audiovisual, con la vertiente tecnológica de la localización; elementos de producción audiovisual y sincronización (ajuste), con elementos de compilación.

Aunque *multimedia* se utiliza con diferentes acepciones, para nosotros ahora productos multimedia van a ser los productos informáticos que incluyen de forma integrada señales de texto, imagen, gráficos y sonido y cuyo uso es interactivo.

Así, un producto como *El Rey León* presenta imágenes animadas (otros productos presentan también o vídeo), sonido (incluidas canciones), gráficos y textos. En *El Rey León* los diálogos y narraciones deben estar sincronizados con las imágenes (*lipsync*), dándose, por tratarse de dibujos animados, cuatro posiciones de boca, pero, al mismo tiempo, los mensajes orales van acompañados de forma simultánea de texto escrito con identidad en el contenido de ambos mensajes. Además, se produce un *efecto karaoke* por el que se van resaltando en el texto escrito las palabras, frases u oraciones que se escuchan en sonido. En productos multimedia con imagen en vídeo (cada vez más frecuentes) la sincronización de palabras orales es tan exigente como pueda ser la clásica traducción para formato de vídeo.

La incorporación de los elementos de traducción audiovisual a los productos multimedia no se hace de forma mecánica. Aparecen en los productos multimedia formas de

subtitulado que antes no se conocían (diferentes posiciones en pantalla, varios personajes simultáneamente, etc.), fruto en muchos casos del desconocimiento de los recursos de la traducción audiovisual por empresas y traductores que proceden del mundo de la localización pero que también pueden estar introduciendo formas nuevas, fruto de las nuevas posibilidades que encuentren su consolidación en un futuro.

Otro punto de fuerte confluencia entre los elementos audiovisuales y los informáticos es en el terreno de las herramientas de traducción. Se manipula el doblaje mediante ordenador; se ajustan y editan subtítulos por ordenador; los medios actuales permitirían trabajar en el doblaje de cine sobre versiones digitalizadas y no sobre el celuloide, con la posibilidad de trabajar con códigos de tiempo y repicar la versión digital doblada sobre el celuloide (posibilidad cuya extensión se encuentra limitada en estos momentos tan sólo por razones económicas); las memorias de traducción pueden abrirse paso en su aplicación de los productos informáticos profesionales a otros tipos de productos multimedia.

Los planteamientos de la traducción parecen seguir los mismos pasos en los productos multimedia que siguieron en la traducción del cine. Así, frente a un planteamiento inicial favorable a la localización, vemos cómo van introduciéndose otras formas de traducción como el neutro o las versiones multilingües. Se están desarrollando productos para varias lenguas en origen sobre una base común y también se está buscando desesperadamente un neutro que permita ahorrar costos con una sola versión internacional del español, el francés o el alemán; se ha llegado incluso a pensar seriamente en la utilización del español de Canarias como el español internacional para los productos informáticos y multimedia. La industria de los productos multimedia podría beneficiarse mucho más de lo que lo hace en estos momentos de la experiencia del sector audiovisual.

3. EL MERCADO PROFESIONAL

El espectacular crecimiento para la demanda de traducción audiovisual que se preveía para los últimos años no se ha producido. Ni siquiera se ha producido una renovación de las traducciones de los fondos cinematográficos que fueron doblados hace ya muchos años y que hubiera supuesto una importante oferta de trabajo. La razón es una política de ahorro en las productoras, fruto de la crisis financiera iniciada con la Guerra del Golfo. La industria audiovisual está haciendo frente al gran volumen de productos difundidos con una política chapucera en la que las tarifas para los estudios han caído por los suelos (de un millón de pesetas a 250.000 por el doblaje de una película; menos todavía para las series; documentales hasta por 90.000 pesetas...). Esto es cierto para los estudios en Madrid, muchos de los cuales han cerrado por no resultarles rentable la actividad; en las autonomías (FORTA) los estudios están superando mejor la crisis pues les llega trabajo tanto de su ámbito lingüístico como de la cuota general de español que les corresponde,

- las televisiones están empezando a hacer sus propias traducciones; en TV2 se han abierto estudios propios para la traducción de documentales y Canal 9 ha hecho lo mismo para doblaje y para subtitulación.
- se trabaja con niveles de calidad muy inferiores: se utilizan estudios de sonido o emisoras de radio como estudios de doblaje; no se ajustan algunos doblajes; ajusta el director de sala o los auxiliares administrativos; se contrata a responsables no profesionales; doblan actores no profesionales...
- las tarifas de los actores de doblaje han caído también por los suelos; se incumple el convenio colectivo; no se les selecciona; se les paga de forma aplazada

En el mercado de la localización de productos informáticos profesionales se han producido otros fenómenos

- el monopolio creciente de Microsoft ha hecho disminuir el volumen de la traducción
- la concienciación de los clientes sobre las posibilidades de las memorias de traducción ha producido también una fuerte disminución de los ingresos de las empresas de localización

Por el contrario, el mercado de los productos multimedia en general está experimentando un desarrollo espectacular. Como ya hemos señalado anteriormente, todos los productos de comunicación se van integrando progresivamente en un entorno informático, en un entorno multimedia. Algunos de los antiguos estudios de doblaje se han reciclado a estudios de traducción de productos multimedia y también muchas de las empresas de localización se han subido al carro de los productos multimedia. Esta situación plantea a las empresas procedentes del sector audiovisual la necesidad de incorporarse a un medio muy técnico como el de la localización y a las empresas de localización la necesidad de incorporarse a un medio, el audiovisual, donde los elementos artísticos son muy fuertes. En raras ocasiones se ha producido esta síntesis, siendo normal que las empresas subcontraten la parte del proyecto que se aleja de su especialización; los resultados son por ello mejorables. Esta conjunción de lo artístico y lo técnico supone también una fuerte exigencia para los traductores, que hace desaparecer la frontera entre traductores técnicos y «artísticos»; nuestros licenciados se encuentran en una situación privilegiada pues durante su paso por las aulas están en condiciones inmejorables de recibir esta formación «universal».

La generalización del uso de Internet ha variado enormemente el entorno del traductor en este sector profesional con una fuerte tendencia al teletrabajo. El traductor molesta en los locales de la empresa y ésta prefiere relacionarse con él de forma remota, a través de Internet y también con la utilización de redes propias de intranet. Las empresas de localización tienden a reducir plantillas de traductores y a subcontratar los encargos, al tiempo que estas empresas de localización diversifican su actividad y la traducción va representando una parte cada vez más pequeña de su actividad (se dedican también a producción de programas y aplicaciones, edición, actividades financieras, etc.). En estos momentos, el traductor del entorno multimedia puede trabajar para cualquier cliente desde cualquier parte del mundo. Esta afirmación se puede generalizar a prácticamente todos los campos de la traducción, de modo que el traductor ya no se encuentra más atado al entorno geográfico propio de un mercado de trabajo. Esta afirmación puede resultar especialmente interesante para superar situaciones de aislamiento geográfico. Una vez especializado el traductor y realizados los contactos con los clientes, se puede trabajar para clientes de todo el mundo y desde cualquier parte. Sí es cierto que las exigencias del trabajo en equipo que siempre ha planteado la localización siguen vigentes en la traducción de productos multimedia, por lo que se están desarrollando herramientas y sistemas (más cercanos al concepto de recursos compartidos de las intranets) para que el traductor trabaje en equipo con otros especialistas de forma remota.

El mercado multimedia está alterando también la geopolítica de la traducción. Hasta ahora se había dado un monopolio del inglés en los productos informáticos y audiovisuales, pero ya están apareciendo potentes focos de producción en Europa, con el resultado, entre otros, de que se está incrementando el mercado de la traducción desde otras lenguas hacia el inglés (traducción inversa para países como el nuestro). Nuestros esquemas sobre el mercado de la traducción todavía han de alterarse más pues de forma inmediata vamos a presenciar en este proceso de globalización de la traducción cómo en cada país se va traducir hacia todas las lenguas de difusión del producto utilizando la

lengua autóctona como bisagra. Es decir, un producto con inglés en su lengua original se va a traducir por ejemplo por una sola empresa en España al español y de la versión española (o de la inglesa) se van a producir en España las versiones francesa, alemana e italiana (en el sector se utiliza el acrónimo «FIGS» para indicar las cuatro lenguas a las que más se traduce en nuestra zona desde el inglés: francés, italiano, alemán y español). El siguiente paso, dependiendo tan sólo de su consolidación como mercados rentables, probablemente sea que las empresas de localización europea aborden la traducción de y hacia los grandes mercados y lenguas orientales. Estas situaciones que acabamos de indicar se están produciendo especialmente en el sector de los productos de entretenimiento, los juegos.

4. EL PERFIL PROFESIONAL DEL TRADUCTOR

Además de las habilidades clásicas que se les sigue requiriendo a los traductores (asesoramiento lingüístico, corrección de textos, uso del software de traducción, maquetación de textos, etc.), el nuevo traductor de productos multimedia debiera estar familiarizado con las actividades de

- doblaje
- subtulado
- diseño gráfico, retoque gráfico
- edición de vídeo
- localización, compilación
- internet e intranet

siendo ya insuficiente para defenderse satisfactoriamente en el mercado profesional el presentar una sola de estas habilidades pues todas ellas son necesarias en la traducción de los productos multimedia. También es necesario para el traductor familiarizarse con las nuevas herramientas de traducción, especialmente con las memorias de traducción (Déjà Vu, Trados, SDLX). Para un traductor con conocimientos de informática a nivel de usuario, el tiempo necesario para familiarizarse con estas herramientas dentro de una empresa especializada puede oscilar entre los tres y los seis meses.

La nueva situación requiere perfiles profesionales múltiples. Las demandas presentes y previsibles del mercado aconsejan ya que los traductores cuya mirada se dirige a la localización o a la traducción audiovisual ofrezcan un perfil profesional polifacético y flexible en el que se integre la capacidad para diferentes tareas que antes correspondían a diferentes tipos de traductor o a profesiones diferentes a las de la traducción (imagen, sonido, ajuste, producción, compilación, etc.). Las razones para este perfil se originan tanto en el proceso de traducción como en el tipo de empresa en la que se genera. Tanto en la traducción audiovisual como en la localización se dan procesos de traducción complejos en los que intervienen de una manera o de otra en la traducción, profesionales que no son traductores. La experiencia muestra también la conveniencia de que estos candidatos a traductor posean conocimientos y habilidades relacionados con la gestión de la empresa, de forma que puedan acceder con mayores garantías a actividades de gestión que han de realizar junto con su actividad de traducción o independientemente de ella (*product manager*, *quality controller*, contabilidad, *márketing*, etc.). Este contacto del traductor con la gestión guarda relación no sólo con las peculiaridades de la localización sino también con la tendencia creciente a la diversificación de actividades de estas empresas que ya hemos señalado y que puede conducir a que sus ingresos por traducción se reduzcan a un 30% del total de sus ingresos. Dada la creciente tendencia al teletrabajo, nuestro estudiante debería ser capaz también de desarrollar su trabajo en un entorno informático relacionado con internet e

intranet. Por razones semejantes, este futuro traductor ha de ser capaz de organizarse y gestionar su trabajo en régimen de subcontratación, como traductor autónomo o en su propia agencia.

Algunos de los nuevos perfiles profesionales múltiples son:

- traductor-localizador
- traductor-compilador
- traductor-ajustador/productor/director de doblaje
- traductor-*product manager*
- traductor-*quality controller*
- traductor-ejecutivo
- traductor artista-técnico

5. LA TRADUCCIÓN PARA SORDOS

La traducción para sordos es un caso especial de traducción «interlingüística», si tenemos en cuenta que se trata de un trasvase entre dos lenguas naturales diferentes (una literal, basada en letras y otra no literal, basada en signos), pero es también traducción intersemiótica en tanto que se da entre sistemas de comunicación diferentes. La lengua literal de las personas con capacidad para oír, la lengua de signos propios de cada lengua, el subtítulo para sordos se entrelazan constantemente para atender las necesidades de comunicación de un grupo social, que por razones de justicia y humanidad, la sociedad asume atender. Las diferentes capacidades de comunicación en el sistema verbal que tienen los que siempre han sido sordos y los que perdieron su capacidad en algún momento de sus vidas configuran dos tipos diferentes de interlocutores con diferentes necesidades. Las simpatías por las lenguas literales o por la lengua de signos oscilan con el tiempo aunque parece consolidarse una fuerte identificación del colectivo de los sordos (sobre todo de los que siempre lo han sido) con la lengua de signos.

Aunque en el trabajo de los traductores sólo intervienen habitualmente dos lenguas diferentes cuando se da la interpretación de lengua de signos entre interlocutores de diferente origen, esta cuestión resulta cercana y de mucho interés para los traductores porque éstos constituyen candidatos muy cualificados para el subtítulo para sordos si ya cuentan con cierta experiencia en la traducción interlingüística de subtítulos.

Esta actividad es de reciente aparición en la televisión española, pero ha de presentar un fuerte desarrollo en los próximos años, especialmente en los medios públicos, como resultado de la creciente sensibilización social hacia las minusvalías y también por los avances técnicos que permiten emitir estos subtítulos como teletexto o en canales suplementarios de vídeo. El desarrollo del sistema de subtítulo para sordos en productos audiovisuales vendrá dado en nuestro país principalmente por su coexistencia con la incorporación de ventanas interactivas para interpretación de signos. El Departamento de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada ha dado un paso adelante en esta intersección entre la traducción y la comunicación de los sordos creando un título de experto en traducción de lenguaje de signos que ya ha tenido su primera edición.

Existe ya una literatura significativa sobre la traducción de subtítulos para sordos y, además, este campo ofrece unas posibilidades de investigación inmensas y muy atractivas; de hecho, una buena parte de las investigaciones experimentales acometidas desde este campo son de gran utilidad para el estudio del subtítulo en general.

6. LA UNIVERSIDAD Y EL SECTOR

Desde la creación de los estudios universitarios de traducción e interpretación en nuestro país hasta estos momentos y de forma creciente, la localización de productos informáticos constituye la principal salida profesional de sus titulados. Esta situación viene dada fundamentalmente porque el sector informático es el que ha asumido más consecuentemente la conveniencia de sacar sus necesidades de traducción de la propia empresa a empresas especializadas en traducción. En otros sectores, la traducción es atendida por empleados de la empresa con conocimientos de lenguas o habilidades de traducción, pero que habitualmente no proceden de la universidad. Las empresas de localización han confiado sus necesidades de traductores en buena parte en nuestros titulados (en particular en los de la Universidad de Granada), que han demostrado presentar unas cualidades adecuadas para las necesidades del sector. El titulado universitario en traducción e interpretación ofrece un perfil (formación universitaria, formación generalista como traductor, formación en traducción especializada en general, capacidad de trabajo en más de una lengua extranjera, contacto con la técnica y con la creación al mismo tiempo, capacidad para hacer frente a situaciones y problemas desconocidos) que resulta especialmente adecuado no sólo para la localización de productos informáticos sino también para la traducción audiovisual y para todos los productos del entorno multimedia. La formación que nuestros titulados logran en Granada no resulta suficientemente especializada para las necesidades de las empresas del sector, que vacilan ante la contratación debido a la sobrecarga organizativa y financiera que supone la formación de nuestros titulados en sus centros de trabajo. Se da por tanto una situación paradójica en la que al mismo tiempo se producen numerosos titulados pero las empresas de localización ven frenado su desarrollo por la falta de traductores especializados, constituyendo esta situación un auténtico cuello de botella para el desarrollo de estas empresas.

La especialización para la localización no se resuelve por el momento de forma satisfactoria en las empresas pero tampoco parece una tarea que la universidad pueda asumir por sí sola: la universidad asimila de forma demasiado lenta y torpe la información sobre técnicas y procedimientos de producción que desarrolla la empresa, su infraestructura es insuficiente y su capacidad para educar en los sistemas de trabajo que utiliza la empresa es muy limitada. Parece inevitable por tanto plantearse la especialización en la localización como una tarea a desarrollar de forma conjunta por las empresas del sector y la universidad pues ésta, a pesar de sus deficiencias, sí se muestra eficaz para reclutar candidatos para la formación, sus títulos resultan atractivos, ofrece un marco institucional idóneo para el desarrollo de la actividad de especialización y su capacidad de organización de actividades de formación (pese a sus deficiencias) no es nada desdeñable. La participación de la universidad saca las actividades de formación de los locales de la empresa, las abarata, les ofrece un marco organizativo e institucional que, entre otras ventajas, presenta la de no obligar al establecimiento de lazos contractuales de ningún tipo entre las empresas y los aspirantes, soluciona una parte de los problemas de estructura y sirve para reclutar de forma más eficaz a los candidatos.

La traducción audiovisual ofrece la mayor demanda y expectativas de formación entre nuestros estudiantes y titulados, expectativas que no se corresponden con la realidad del mercado pues, como hemos señalado anteriormente, las necesidades de la traducción audiovisual (en su concepto más clásico) no se han incrementado de forma apreciable en los últimos años pese a las previsiones que así lo creían. Las innovaciones técnicas y el desarrollo de la oferta no han tenido una correspondencia en el incremento de la demanda de traducción para cine, vídeo y televisión. Sí se ha producido en los últimos

años, como hemos señalado anteriormente, un incremento espectacular de la necesidad de traducción en un entorno multimedia, siendo este entorno ya prácticamente un elemento imprescindible en cualquier forma de comunicación a través de la informática (informática profesional, educativa, de entretenimiento, cultural, publicitaria, etc.). También se observa, como ya hemos señalado anteriormente, una progresiva tendencia a la fusión de los sectores de traducción audiovisual y de localización de productos informáticos, constituyendo esta fusión ya una realidad en sectores importantes de la producción multimedia.

La organización en la universidad, de forma conjunta con el sector, de actividades de formación ofrecería a las empresas de los sectores implicados traductores especializados y versátiles con una inversión mínima o nula, sin problemas organizativos, la posibilidad de intervenir en el diseño y ejecución de la formación y de ajustarla de la forma más precisa a sus necesidades. Facilitaría enormemente también el proceso de reclutamiento. La celebración de estas actividades de formación ofrecería a la universidad el acceso al know-how que por ahora le resulta inalcanzable, le ofrecería también una vía practicable de incorporación de sus titulados al mercado profesional, una vía de especialización y mantenimiento de sus titulados ya incorporados a la actividad profesional. A los alumnos les ofrecería, además de una especialización profesional y de una aportación significativa a su currículo, perspectivas muy esperanzadoras de contratación por las empresas del sector. Las empresas implicadas podrían además poner en contacto a los futuros traductores con sus productos y herramientas, tanto de hardware como de software.

7. CUESTIONES DE REMUNERACIÓN

Como ya hemos indicado anteriormente, la situación del mercado ha alterado de forma significativa la estructura de precios existente hasta hace muy pocos años. A la situación del mercado se ha unido como otro factor desencadenante de la caída de las tarifas de traducción el aluvión de nuevos traductores que la universidad ha lanzado al mercado y que por las leyes más simples de la oferta y la demanda ha hecho caer las tarifas. El caso es que hoy muchos traductores de multimedia y audiovisual están trabajando por tarifas que hubieran parecido una broma hace cinco años. La única manera de romper esta dinámica es que el traductor ofrezca en su perfil profesional un valor añadido a la empresa pues le ofrezca un nivel elevado de especialización (garantía de calidad) o un perfil complejo y flexible que le permita a la empresa simplificar sus procesos y ahorrar dinero en personal. Esta opción va estar al alcance de tan sólo algunos traductores.

La universidad en general no parece haber acusado recibo de esta situación, de la que ella es también responsable, y parece actuar con esquemas sobre el mundo profesional heredados de los felices años cincuenta, esquemas todavía presentes en la vida de las asociaciones profesionales. Las tarifas de las asociaciones profesionales, cuando existen, son desmedidas y utópicas; sus códigos deontológicos, inoperantes y paralizantes. Este mundo de las asociaciones profesionales todavía no ha aceptado la existencia de las empresas de traducción, se encuentra desconcertado ante su existencia y prefiere ignorarlas, razonando como si tan sólo existieran traductores e intérpretes free-lance y organismos internacionales, como si toda la actividad profesional siguiera los patrones de la traducción editorial y free-lance, como si las tarifas para traductores e intérpretes siguieran siendo las mismas que hace diez años, como si la universidad no estuviera abaratando los precios con sus titulados.

Pues bien, la universidad hoy por hoy parece más proclive a adoptar, en su visión del mercado profesional, el modelo obsoleto de las asociaciones profesionales que la

realidad de la actividad de las empresas del sector, e imbuye en sus titulados aspirantes a traductores e intérpretes estos esquemas. El recién titulado al que sus profesores le han dicho que trabajar por menos de diez pesetas es indigno no aceptará luego iniciar su vida profesional cobrando tres pesetas. El recién titulado al que se le ha dicho en la universidad que debe reclamar un pago por realizar un periodo de aprendizaje en prácticas no aceptará prácticas en empresa sin remuneración. El recién titulado al que se le ha aconsejado reclamar siempre el reconocimiento de su autoría en las traducciones no aceptará el «abuso» de compartir la responsabilidad de la traducción con otros profesionales o de no obtener ningún reconocimiento por su trabajo. Si a esto le añadimos la temeridad de algunos profesores, que educan a los futuros traductores e intérpretes para no aceptar trabajar para empresas o instituciones «explotadoras», «imperialistas», «monopolistas», «opresoras», etc., etc., tendremos como resultado que la universidad, como fruto de su desenfoco en el análisis del mercado profesional puede estar formando en algunos casos traductores vírgenes y mártires, que obtendrán el cielo de la progresía por su corrección política y sindical pero que verán pasar su vida sin traducir un solo folio mientras cientos de otros traductores menos «escrupulosos» estarán aceptando de las empresas las posibilidades de trabajo, formación y especialización que ellos rechazan. Habría que escarmentar en las barbas del vecino y reflexionar un poco sobre los que ha ocurrido a profesiones cercanas como puedan ser las de los actores de doblaje o los intérpretes de conferencias. Las interpretaciones sobre la razón para esta actitud por parte de algunos profesores de nuestras facultades caen dentro del ámbito de la opinión personal y en todo caso caen fuera de los objetivos de esta discusión.

8. DE OTRAS CUESTIONES COMO LA TEORÍA Y LA INVESTIGACIÓN

Los diferentes modelos teóricos sobre la traducción no han encontrado por lo general más que reflejos mecánicos y poco útiles para la práctica profesional y la formación de traductores en los campos audiovisual y multimedia. A los modelos teóricos sobre la traducción y los modelos lingüísticos aplicados en el estudio de la traducción audiovisual y multimedia se les podría hacer el mismo comentario que de Linde y Kay (1999:5) hacen tras intentar utilizar la teoría de la relevancia en el estudio del subtítulo («es difícil de formalizar y tiene una capacidad de predicción escasa»). Estos autores intentan aplicar conceptos como relevancia, equivalencia y traducción comunicativa al estudio del subtítulo y para ello se ven obligados a mezclar un extraño cóctel entre Toury (1980), Newmark (1988), Halliday (1964), Sperber y Wilson (1986), etc.

El intento de aplicación de los esquemas de Hatim y Mason (1990) al estudio de la traducción audiovisual tampoco ha encontrado mayor éxito en nuestra opinión pues conduce de forma casi inevitable a la tipología de textos como único resultado de aplicar fundamentos teóricos de hace casi medio siglo, como son los de Halliday y otros (1964), Gregory y Carroll (1978), etc. Las tipologías resultantes son vagas, inexactas, con categorías solapadas, y no encuentran una aplicación práctica al no estar asociadas con repertorios de estrategias de traducción específicas.

Se ha abordado también el estudio de la traducción audiovisual desde campos e intereses diferentes a los de la práctica de la traducción y la formación de traductores. Así, proliferan los estudios de tipo histórico, social, político, etc., que tienen interés desde otras perspectivas pero nula aplicación a nuestros intereses específicos. Por ilustrar lo que decimos, un estudio sobre la censura o el imperialismo de Hollywood puede ser de gran interés en general pero no aporta nada a los conocimientos específicos

de su oficio que al traductor le sirven para traducir mejor, o por menos no le aporta más a su oficio que tener conocimientos sobre la moda femenina durante el New Deal de Roosevelt.

Lo audiovisual está de moda en nuestro campo, en el de la traducción, y así ha sido inevitable que también ocurran situaciones en las que estudiosos se apuntan a la especialización en este campo añadiendo a estudios no específicos de este tipo de traducción la coletilla de «aplicado a la traducción audiovisual», lo mismo que viene ocurriendo en otros campos como la terminología o la traducción automática. El hecho de que un conocimiento guarde algún tipo de relación con la traducción audiovisual no implica que sea propio de este tipo de traducción. El medio audiovisual es muy complejo e implica la existencia de elementos y técnicas de carácter muy diferente. Podemos hablar del «estudio del *rapport* aplicado a la traducción» y encontrarnos simplemente con un estudio del *rapport* que tendría el mismo valor que si de un plumazo se eliminaran en él todas las referencias a la traducción. Podemos encontrarnos con un estudio de la traducción de las referencias culturales en la traducción audiovisual y encontrarnos con que las conclusiones no tienen nada de específico sobre la traducción audiovisual salvo el hecho de haber tomado los ejemplos de materiales audiovisuales, llegando normalmente a la conclusión de que lo que se puede afirmar sobre la traducción de las referencias culturales en general encuentra también aplicación en el caso de los materiales audiovisuales. Recordando a los burros de cartón a los que se les pegaba un rabo con los ojos tapados, cualquier animal extraído de cualquier disciplina —ya sea jirafa, armadillo o elefante— al que se le pegue una cola de burro audiovisual sirve para incorporarse al «prestigioso» club de los estudiosos de la traducción audiovisual.

Así, en general, los intentos de estudio teórico de la traducción audiovisual (el estudio teórico de la traducción multimedia todavía no se ha abordado de forma decidida) no han tenido ninguna trascendencia en la práctica ni en la formación y de ellos sólo han resultado útiles los estudios de tipo descriptivo, en el sentido de que intentan describir cómo se realiza esta actividad, (para los que la teoría no ha servido de gran ayuda, más bien de estorbo). Aquí, somos privilegiados, resulta mucho más difícil describir cómo se realizan otros tipos de traducción como la jurídica o la técnica pero, en nuestro caso, las enormes posibilidades que ofrece la puesta en relación del producto audiovisual traducido con su percepción por el público al que va destinado, la observación hasta en su más último detalle de esta actividad por un poderosa industria, el despliegue de medios efectuado para medir el efecto del producto sobre los consumidores, la homogeneización de las técnicas utilizadas en el sector, la industrialización de la actividad, etc. hacen que la observación del proceso sea rentable y eficaz. Como singularidad del estudio de la traducción audiovisual hay que señalar que en él la observación del producto (en particular la recepción del producto por el destinatario) puede arrojar mucha luz sobre el proceso. Las dificultades que por otro lado existen para esta observación y su posterior descripción son: 1) la distancia entre la universidad y el sector, que ha venido existiendo y que todavía se da en excesiva medida y 2) la enorme rapidez con la que los cambios tecnológicos introducen tanto nuevas técnicas y herramientas de traducción como nuevas realidades susceptibles de ser incluidas bajo el concepto siempre cambiante de «traducción audiovisual». Consecuencia de todas estas circunstancias es una situación paradójica en nuestro campo: por un lado se repiten *ad nauseam* las mismas descripciones del proceso ya formuladas por otros autores, olvidándonos de que una vez descrita una tecnología ya sólo tiene sentido describir los cambios que ésta pueda experimentar, y, por otro lado, se nos escapa al estudio universitario precisamente la descripción de estos cambios novedosos debido a nuestra

lejanía respecto de la práctica profesional para campos que evolucionan tan rápidamente como el audiovisual. Cuando los estudios descriptivos realizados desde la universidad son publicados ya resultan obsoletos (en 1998 se publicó en una prestigiosa editorial de traducción un manual de localización que no menciona la localización de productos multimedia). Aquí, en mi opinión se da una situación lamentable: quien investiga con el resultado de producir innovación en nuestro campo es —cuando lo hace— el sector y no la universidad; tampoco podemos decir hoy por hoy ni mucho menos que la universidad proporcione al sector los avances en el conocimiento básico necesarios para su investigación.

El futuro de los estudios sobre la traducción audiovisual en la universidad nos parece ligado a los siguientes esfuerzos:

- la actualización de la información proporcionada por los estudios de carácter descriptivo
- los estudios experimentales

Los estudios experimentales sobre la traducción audiovisual atienden a lo que en su proceso hay de específico y esto es 1) la coexistencia y colaboración de señales de diferente tipo en la transmisión de su mensaje y el correspondiente problema de la sincronización o ajuste, 2) el posible soporte informático de estas señales y 3) la eficacia de la comunicación de este mensaje complejo al destinatario o espectador. Y para hacer este tipo de estudio experimental hasta ahora no ha hecho falta la participación de estudiosos ni teóricos de la traducción pues lo han abordado psicólogos, lingüistas aplicados, profesionales o la industria. Como hemos dicho anteriormente, una parte significativa de sus aportaciones procede del campo específico del subtítulo para sordos; incluyen estudios sobre la capacidad y velocidad de lectura, sobre la inteligibilidad en mensajes complejos compuestos por diferentes tipos de señales y en ellos se han utilizado recursos experimentales propios de la psicología, como es el caso de los monitores de movimientos de ojos. En otros casos, se han presentado también como parte de estos experimentos estudios basados en encuestas que investigan en la recepción del mensaje por el destinatario y cuestiones de calidad; en algunos casos, estas encuestas son sospechosas de falta de rigor en la selección de las muestras y en sus procedimientos estadísticos.

El objeto de estudio de la traducción audiovisual exige actividades empíricas, tanto experimentales como de investigación sociológica, que habitualmente se escapan de nuestras habilidades pues exigen conocimientos y experiencia rigurosos en campos de gran especialización como la psicolingüística o los sondeos de opinión. Los estudiosos universitarios de la traducción audiovisual seguimos siendo «de letras» y cuando osamos realizar algún «experimento» en realidad hacemos, probablemente, otra cosa que no merece tal denominación o carecemos de toda capacidad para realizarlos. Hoy por hoy, los estudios más científicos sobre la traducción audiovisual no son específicos de los estudios de traducción y ni siquiera cuentan con una participación mayoritaria de estudiosos procedentes de nuestro campo. Los investigadores del campo de la traducción tenemos que definir todavía cuál es nuestro papel; probablemente consista tan sólo en la descripción o definición clara del objeto de estudio y de los problemas que plantea, dentro de una tarea compartida con los profesionales de otras ramas y con una clara separación de tareas entre todos. Nuestra tarea es encontrar la forma de hacer contribuciones a los estudios abordados por psicólogos y otros profesionales desde nuestra perspectiva propia y estas contribuciones difícilmente van a poder escaparse de la condición de la interdisciplinariedad pues cuesta trabajo pensar que para hacer estudios psicológicos de la traducción audiovisual haya que esperar a que los estudiosos de la traducción adquieran competencia en la experimentación científica y psicológica,

para eso tenemos a los psicólogos. En todo caso, esta situación muestra la extrema incipiencia de los estudios de traducción, cuyos modelos generales apenas contribuyen al estudio y de la traducción audiovisual y que tampoco ha aportado una teoría particular de la traducción audiovisual.

Parte de estos estudios experimentales adolecen en nuestra opinión de falta de adaptación a los lugares específicos y a los tiempos específicos. Los espectadores o destinatarios de la traducción audiovisual son muy variables en sus competencias y exigencias, dependiendo de factores como la educación, la familiaridad con las lenguas extranjeras, etc. Los estudios realizados hasta el momento aportan pautas que sólo deberían ser de aplicación a los sujetos investigados (espectadores norteamericanos, espectadores noreuropeos, espectadores de cine, espectadores educados, espectadores familiarizados con el inglés, espectadores de los años sesenta, por poner algunos ejemplos) pero, a falta de otros datos, se aplican a la generalidad de los espectadores en cualquier momento y lugar. Hay una ingente labor por delante de adecuación de los parámetros a grupos específicos de espectadores contemporáneos.

De la misma manera, nos parece necesario realizar un trabajo experimental y sociológico que establezca si los sistemas de traducción utilizados tradicionalmente para los diferentes géneros (documentales, *half-dubbing*, subtitulado...) siguen conservando su idoneidad para los espectadores y géneros actuales y también parece necesario revisar en general todas las convenciones entre traducción y espectador vigentes en el sector.

9. LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA FORMACIÓN GENERAL DE TRADUCTORES

La traducción audiovisual en sus diferentes formas (doblaje, subtitulado, *voice-over*) será pronto sin ninguna duda un poderoso instrumento no sólo en la enseñanza de lenguas extranjeras (como ya lo es desde hace tiempo) sino también en la formación general de traductores, no necesariamente con el objetivo de especializarlos en traducción audiovisual. El trabajo de traducción audiovisual presenta una vertiente instrumental que sirve para que el futuro traductor desarrolle habilidades de síntesis, creación, trabajo bajo restricciones, etc., que han de resultar luego útiles en cualquier actividad profesional. Éste es un tema que necesita estudio y elaboración.

REFERENCIAS

De Linde y Key (1995). *The Semiotics of Subtitling*. Manchester: St. Jerome.

Gregory, Michael y Susanne Carrol (1978). *Language and Situation: Language varieties and their social contexts*. Londres: Routledge & Kegan Paul.

Halliday, Michael Alexander Kirkwood, Angus McIntosh y Peter Strevens (1964). *The Linguistic Sciences and Language Teaching*. Londres: Longmans.

Hatim, Basil e Ian Mason (1990). *Discourse and the Translator*. Londres: Longman.

Newmark, Peter (1988). *Approaches to Translation*. Londres; Prentice Hall.

Sperber, Dan y Deirdre Wilson (1986). *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Basil Blackwell.

Toury, Gideon (1980). *In Search of a Theory of Translation*. Tel Aviv: The Porter Institute for Poetics and Semiotics.