



Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú¹

Iván Villanueva Jordán

ivan.villanueva@upc.pe

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Fiorella Hermoza Vega

fiorehv93@gmail.com

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Monica Bravo Diaz

monica.bravod@gmail.com

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Resumen:

El presente artículo explora las experiencias de trabajo y percepciones individuales en relación con la subtitulación interlingüística de un conjunto de profesionales de Lima, Perú. El estudio se realizó a partir de métodos cualitativos: doce entrevistas semiestructuradas a cuatro grupos de participantes —empresas y profesionales de traducción, y empresas y profesionales de comunicación audiovisual—. Aunque los participantes asumen que la subtitulación no tiene un mercado establecido en la capital peruana, opinan que se trata de un nicho con una demanda en crecimiento. Asimismo, existe una diferencia respecto al modo de trabajo de las empresas y profesionales de traducción y de comunicación audiovisual, concretamente, en las etapas del proceso de subtitulación y el uso de protocolos, además de otros criterios para asegurar la calidad del servicio.

Palabras clave: subtitulación, mercado de la traducción, Perú, subtitulador, traducción audiovisual.

Professional experiences and perceptions regarding interlingual subtitling in Lima, Peru

Abstract:

The following article explores the work experiences and individual perceptions of a group of professionals from Lima (Peru) regarding interlingual subtitling. Such study was conducted using qualitative methods. A total of twelve semi-structured interviews were made, including four groups of participants: companies and professionals of the translation field, as well as companies and professionals of the audiovisual communication field. Although participants believe that subtitling does not have an established market in the Peruvian capital, they do think that it is a niche with a

¹La investigación ha sido parte del plan de apoyo a la investigación de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y ganadora de su V Concurso Anual de Incentivo a la Investigación.

growing demand. Likewise, there is also a distinction between the way translation and audiovisual companies and professionals work, particularly with regard to the subtitling process and the use of guidelines, as well as other criteria used to ensure the quality of the service.

Keywords: subtitling, translation market, Peru, subtitler, audiovisual translation.

Expériences professionnelles et perceptions sur le sous-titrage interlinguale à Lima (Pérou)

Résumé :

Cet article a pour but d'explorer la pratique professionnelle et les perceptions individuelles d'un groupe de professionnels du sous-titrage interlinguale à Lima. En utilisant des méthodes qualitatives, on a mené 12 entretiens semi-directifs à 4 groupes différents : des entreprises et des professionnels de la traduction ; des entreprises et des professionnels de la communication audiovisuelle. Bien que les participants considèrent que le sous-titrage n'a pas un marché stable dans la capitale péruvienne, ils pensent que c'est une niche de marché avec une demande croissante. De même, il existe une différence dans le fonctionnement des entreprises et des professionnels de la traduction et de la communication audiovisuelle, notamment en ce qui concerne le processus de sous-titrage et l'utilisation de protocoles, ainsi que d'autres critères permettant d'assurer la qualité du service.

Mots clés : sous-titrage, marché de traduction, Pérou, sous-titreur, traduction audiovisuelle.

1. Introducción

Con el despegue de la traducción audiovisual (TAV) a partir de la década de 1990, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías digitales, la subtitulación se convirtió en la modalidad de traducción con mayor crecimiento en el mercado global (Díaz Cintas, 2005a, p. 14). Ello resultó además en un incremento en el abordaje académico de la TAV en las últimas dos décadas y que actualmente sea considerada una de las ramas de la traductología con mayor productividad (Orrego Carmona, 2013, p. 297; Díaz Cintas, 2015, p. 633). Con este progreso, la información académica disponible mediante los estudios recopilatorios publicados usualmente por reconocidas editoriales del Reino Unido, Países Bajos o Suiza incluye nuevos espacios de estudio, como Canadá, Estados Unidos, Brasil, Australia y Sudáfrica (Josephy Hernández, 2017; Hawkins, 2010; Kruger, 2012; Kruger, Kruger y Verhoef, 2007; Espindola y Vasconcellos, 2006), y diversifica la producción académica que solía abarcar espacios europeos.

Por otro lado, Latinoamérica también es un espacio de producción académica sobre TAV; existen distintos estudios contrastivos sobre versiones dobladas y subtituladas de productos audiovisuales en cuanto al tratamiento del humor, los referentes culturales, la censura, entre otros. Por ejemplo, autores como Castro San Martín (2013) y Barrales Gómez (2015b) han analizado la traducción del humor de series americanas al español de Latinoamérica. De igual forma, Rodrigues De Souza Barros (2006) publicó una investigación sobre la variación lexical diafásica en el doblaje y la subtitulación de películas americanas. A su vez, Scandura (2004) profundiza en el tema de la censura en la subtitulación de programas televisivos. Por otra parte, Micheli Contreras (2011) realizó un análisis comparativo de los errores e inadecuaciones de la subtitulación amateur en la traducción de expresiones idiomáticas, culturemas, etc.

Con respecto a Perú, a partir de la segunda década del siglo XXI, se han desarrollado cambios importantes en el escenario académico de la traducción. Si bien antes la TAV no era parte de la formación universitaria de los traductores, algunas universidades ofrecen asignaturas especializadas de pregrado y posgrado desde 2015 y 2013, respectivamente (Villanueva, 2016, p. 55). Asimismo, en 2015, se celebró el I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual con la participación de reconocidos académicos quienes mencionaron un mercado emergente de TAV en el Perú (Chaume Varela, 2015). No obstante, en la actualidad el Perú no cuenta con trabajos de investigación, o estudios de mercado en particular, que permitan conocer la actividad o dinamismo del mercado de la TAV en este país.

Por ello, el presente estudio pretende iniciar la exploración de la traducción audiovisual con un enfoque específico: los productores de subtítulos, sus experiencias y sus percepciones. Hemos elegido la subtítulos a partir de las propuestas que sitúan esta modalidad como prevalente en los países latinoamericanos debido a su bajo costo de producción (Díaz Cintas, 2005b, p. 14), tal como sucede en Brasil (Lopes Martinez, 2011, p. 2). Colombia también seguiría esta tendencia, ya que la subtítulos es más económica, consume menos tiempo y no necesita actores, equipos de alta tecnología ni instalaciones especializadas (Orrego et al., 2010, p. 31). Con respecto a Chile, también existe información sobre algunas variables del mercado de la subtítulos que pueden afectar positiva o negativamente la producción de materiales audiovisuales subtítulos (Barrales Gómez, 2015a).

En cuanto al enfoque en los productores de los subtítulos (interlingüísticos), según la propuesta de Sela-Sheffy y Shlesinger (2011, p. 8), es importante comprender las identidades profesionales y el estatus profesional de los traductores, intérpretes o, en este caso en particular, de los subtítuladores para conocer las estructuras sociales de la traducción y sus componentes macroestructurales, por ejemplo, el mercado de la subtítulos. De este modo, creemos que esta investigación servirá como punto de partida para explorar un campo de ejercicio profesional poco conocido en el Perú.

2. Subtitular y subtítulos: el marco general que nos brinda la teoría

La subtítulos suele comprenderse como una submodalidad de la TAV y, a su vez, se tiende a clasificar los subtítulos de acuerdo a distintos criterios intralingüísticos e interlingüísticos, como la inmediatez, las lenguas implicadas, los aspectos técnicos (métodos de proyección, posición en la imagen), su forma de distribución o medio de consumo, entre otros. Además de estos criterios, la forma usual de definir esta modalidad de traducción ha partido, por un lado, de los procedimientos que se llevan a cabo para producir subtítulos² y, por otro lado, de la relación entre los componentes semióticos de los productos audiovisuales³.

²Gambier (2003, p. 172), propone que la subtítulos es una tarea de la posproducción de contenidos audiovisuales en la que un traductor u otro técnico especialista deben encargarse de sincronizar los subtítulos.

³Díaz Cintas y Remael (2014, p. 8) parten de la imagen en pantalla y la ubicación de los subtítulos para

A partir de estas formas de concebir la subtítulos, se pueden aplicar algunos criterios útiles para componer dimensiones de este concepto. Munday en la cuarta edición de *Introducing Translation Studies* presenta los criterios de producto, proceso y área temática que sirven para definir la traducción (Munday, 2016, p. 8). En este estudio, los criterios de producto y proceso serán aplicables a la traducción, dado que nos permitirán categorizar la información recogida y proponer diferenciadamente la forma en que los entrevistados se refirieron a la subtítulos. Sin embargo, en relación con la propuesta de Munday (2016, p. 8) preferimos comprender la subtítulos como una actividad académica (que se estudia como formación superior o universitaria) o profesional (que se ejerce con fines económicos en el mercado de la traducción). Estos criterios aplicados a la subtítulos se ampliarán a continuación.

2.1. La subtítulos como proceso

Cornu (2008, pp. 10-14) propone que, de la década de 1930 a la de 1980, el progreso tecnológico de la subtítulos fue pausado en relación con lo que vendría a finales del siglo XX. Pese a ello, los avances en esos cincuenta años conllevaron mejoras cualitativas en el proceso y producto de la subtítulos. El autor asegura además que, para el traductor, la aparición de las cintas de video y de los reproductores domésticos significó una nueva forma de controlar el texto que traduciría, aunque este control se restringiera solo a la manipulación del soporte sin poder intervenir aún en la imagen, como sucedería más adelante. Díaz Cintas, por su parte, posiciona el advenimiento del DVD como un momento crucial para el consumo de productos subtítulos —por la cantidad de archivos de subtítulos que podían almacenarse en este soporte— (2005a, p. 63) y el rápido desarrollo de software libre (*freeware*) como la base para las nuevas formas de subtítulos.

La subtítulos electrónica y su uso generalizado a partir de la década de 1990 (Torregrosa, 2012, p. 85) permite establecer una serie de etapas del proceso de subtítulos: localización, traducción, adaptación, simulación, impresión (Castro, 2001, p. 268). Díaz Cintas y Remael mencionan como primera etapa el encargo por parte de una empresa de producción o distribución a un proveedor de servicios; mencionan además que se verifica la calidad de la copia del video y que la lista de diálogos esté completa y corresponda al video (se deben transcribir y corregir los diálogos si algo faltara); se prepara una copia de trabajo (con los medios de seguridad necesarios para evitar la piratería); se localizan los tiempos de aparición y desaparición de los subtítulos (en inglés, *timing*, *cueing*, *spotting*); se traducen los diálogos ya localizados y se tiene en cuenta, en el caso de que haya acceso al video, la densidad semiótica del texto audiovisual; en caso de que la traducción se haya realizado a pesar de estas restricciones, sigue una etapa de ajuste de los subtítulos; se incrustan los subtítulos en el video; se entrega el producto subtítulos al cliente y se hace seguimiento de su recepción (Díaz Cintas y Remael, 2014, pp. 30-33).

explicar que estos suelen ser la traducción de los diálogos y de otra información relevante del producto audiovisual.

Resaltamos el hecho de que las descripciones del proceso suelen indicar que este se divide en etapas realizadas por distintos especialistas: técnicos encargados de la sincronización y manejo de las copias de video, revisores y transcritores que trabajan la lista de diálogos, el traductor a cargo de la traducción y ajuste, el adaptador encargado de revisar las traducciones sin ajuste. Estos modelos son propios de empresas que cuentan con recursos para ocuparse de las distintas etapas. Por el contrario, en el caso de los traductores independientes su trabajo suele incluir todas las etapas del proceso cuando no subcontratan los servicios de terceros, por ejemplo, para tareas de edición del video o de la transcripción (como se verá en la sección subsiguiente).

2.2. La subtitulación como producto

Hablar de los productos de la TAV resulta problemático. Como afirma Karamitroglou, tanto el contenido verbal traducido como el filme con subtítulos podrían considerarse productos de un proceso de traducción audiovisual⁴. Si bien Karamitroglou halla complejo definir el producto de TAV, se debe a que trabaja con un marco conceptual polisistémico que requiere comprender estos productos como elementos culturales y como complejos semióticos que resultan de las operaciones de traducción sobre textos audiovisuales.

En nuestro caso, creemos que la noción de *producto de la subtitulación* podrá entenderse en relación con el alcance del servicio que requiera un cliente. En ese sentido, si el encargo de subtitulación se refiere a los subtítulos entregables como archivos digitales en un determinado formato o extensión, estos serán el producto. En cambio, si el cliente solicita el video con subtítulos ya incrustados y en un soporte en particular, este también sería un producto de la subtitulación. Asimismo, también podremos comprender como producto el propio servicio de subtitulación; como se menciona en la Norma Europea EN ISO 17100:2015, los servicios de traducción y, por extensión, de subtitulación, son productos intangibles resultado de la interacción con el cliente (Comisión Europea de Normalización, 2015, p. 9).

Por otra parte, se debe señalar que los productos de la subtitulación están determinados por el proceso que, a su vez, puede incluir las tareas de traducción propiamente dicha, localización de los subtítulos, ajuste de los subtítulos; en algunos casos, puede incluir incluso la transcripción. Esto se alinea con la idea de Karamitroglou de que los parámetros de sonido y visuales de los textos determinan la forma de los subtítulos. La forma de los subtítulos además depende de pautas convencionalizadas y concretizadas en hojas de estilo, protocolos o incluso criterios de buenas prácticas (Carroll y Ivarsson, 1998).

⁴ “One could regard as translational product only the translated verbal content of the film, in the final form it has when reaches the target system audience. On the other hand, one might include the whole film in the definition of translational audiovisual product despite the fact that the whole film is not the product of the translational film” (Karamitroglou, 2000, p. 71).

2.3. La subtitulación como actividad académica y profesional

Ferrer Simó (2012) delinea aproximadamente el recorrido de los traductores autónomos en cuanto a la subtitulación en el caso específico de una agencia en España: trabajar con escasos recursos para resolver problemas de traducción derivados del texto audiovisual, familiarizarse en la práctica con los programas informáticos para traducir, aprender el estilo y corrección de los subtítulos, enfrentar cambios en negativo relacionados con la cotización de su trabajo. La autora apunta a que los perfiles que buscan las empresas actualmente y a futuro en España se caracterizan por ser traductores *audiovisuales* con formación universitaria de grado o posgrado; el traductor audiovisual contaría con un perfil mejor valorado y remunerado que un traductor sin formación universitaria en TAV o un traductor no profesional dedicado a la TAV. No obstante, se mantiene presente la figura de los colaboradores internos de las empresas de TAV que tengan “alguna” formación universitaria (Ferrer Simó, 2012, p. 176).

La figura de los traductores sin formación universitaria dedicados a la traducción audiovisual parece sostenerse en el giro tecnológico de la subtitulación (Díaz Cintas, 2015, pp. 634-636), que ha permitido la democratización de tareas que antes se encontraban restringidas a perfiles especializados, en particular, en el caso de la subtitulación. Un claro ejemplo de esta democratización es aquella que se realiza sin un intercambio económico y por aficionados en la mayoría de casos (Pérez González y Susam Saraeva, 2012, p. 151). A partir de convocatorias masivas por internet a inicios de la década de 2010, distintas organizaciones comenzaron a reunir colaboradores para subtitular colectivamente productos audiovisuales. Estas iniciativas contribuyeron a la mediación lingüística de contenido audiovisual de corte educativo, en principio; pero también conllevaron al desarrollo de aplicaciones en la nube para que el esfuerzo de sus colaboradores sea máximamente aprovechable⁵.

Si bien estas prácticas pueden considerarse explotadoras de los colaboradores — Munday (2016, p. 290) cuestiona la posibilidad o viabilidad de realizar una traducción de calidad cuando no hay un pago ni una contratación previa — o evidencias del surgimiento de un nuevo humanismo que promueve el acceso a la información sin contribuir a los intereses económicos de las industrias culturales, resultan también ser una evidencia del escape de la subtitulación de las esferas especializadas, que promovían su profesionalización. Hablar de la subtitulación por aficionados (*fansubbing*), no solo significa hablar de la subtitulación de anime (Dwyer, 2012, p. 218), sino también de distintas comunidades de práctica de consumidores/productores que utilizan la tecnología disponible, desarrollada progresivamente, para la mediación y accesibilidad lingüística de contenidos

⁵ “They often use applications or platforms built for the specific purpose of this task [subtitling] and which are easy to learn and use, since they usually do not allow the participants to decide the timing of the subtitles and ask them to concentrate on the linguistic transfer” (Díaz Cintas, 2015, p. 637).

audiovisuales en el marco de agendas no comerciales, con dinámicas en las que no existe una remuneración u otro tipo de ingresos, pero sí de activos simbólicos, sociales, culturales, afectivos que sostengan su comunidad o su subjetividad.

3. Metodología

Para el presente estudio exploratorio utilizamos una metodología cualitativa. Dicho estudio se llevó a cabo desde marzo hasta julio de 2016 en la ciudad de Lima (Perú), la región más poblada y con mayor desarrollo económico a nivel nacional, con más de nueve millones de habitantes (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2015) y en donde se han formado traductores e intérpretes desde 1968, cuando se ofreció el primer programa de traducción e interpretación en el país. Actualmente, son cuatro universidades las que ofrecen formación profesional de traductores. En efecto, el Perú se caracteriza por un desarrollo liderado por la costa norte del país, con la concentración en Lima de la mayoría de procesos internacionales (mediante la presencia de las oficinas centrales de las empresas extranjeras, las embajadas y los principales ministerios de Estado, entre ellos el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú). Asimismo, de acuerdo a un sondeo realizado por los investigadores respecto a las empresas de traducción, se encontró que la gran mayoría se ubican en Lima, así como un 99% de los traductores públicos juramentados en distintas lenguas (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2015).

Antes del inicio del estudio, identificamos el perfil de productores de subtítulos a partir de las pautas generales mencionadas por Villanueva (2016, p. 54) sobre la oferta generalista de agencias, profesionales y estudiantes de comunicaciones y una oferta especializada por parte de traductores. Así, identificamos a profesionales y empresas que ofrecen el servicio de subtitulación en Lima a través de búsquedas en páginas web de servicios, guías electrónicas de empresas, directorios de asociaciones profesionales, etc.

Si bien, en nuestra búsqueda inicial encontramos un total de cincuenta (50) posibles candidatos que decían ofrecer el servicio de subtitulación (entre empresas y profesionales de comunicación y traducción); al contactarlos pudimos comprobar que muchos de ellos no realizaban este servicio. Asimismo, el criterio de exclusión de participantes establecido fue que hayan realizado al menos un trabajo de subtitulación en el último año para comprobar su actividad. Por ello, nuestra muestra se redujo de manera considerable a diecisiete (17): ocho (8) del campo de traducción (cuatro profesionales y cuatro empresas) y nueve (9) de comunicación audiovisual (cinco profesionales y cuatro empresas). No obstante, cinco (5) entrevistas no pudieron concretarse, ya que los candidatos no querían brindar información respecto a sus servicios, como en el caso de las empresas de traducción.

De esta manera, se conformaron cuatro grupos que ofrecían el servicio de subtitulación en la capital: empresas de traducción, profesionales de traducción, empresas de comunicación audiovisual y profesionales de comunicación audiovisual y se llevaron a cabo cuatro guías de entrevistas semiestructuradas —una para cada grupo de productores de subtítulos—. Se entrevistó a un total de doce (12) participantes: cinco (5)

del campo de traducción (una empresa y cuatro profesionales) y siete (7) de comunicación audiovisual (dos empresas y cinco profesionales). El muestreo se limitó a los productores de subtítulos con los que pudimos establecer contacto; la cantidad de participantes resulta suficiente dado el carácter exploratorio del estudio. La siguiente tabla muestra información relevante acerca de dichos participantes.

Participante	¿Cuentan con cursos de especialización en TAV?	Tipo de material audiovisual subtitulado	Tiempo de experiencia en el campo de la subtitulación
Grupo de profesionales de traducción			
Traductor 1	Sí, capacitación profesional continua	-Videos institucionales	6 años
Traductor 2	Sí, formación universitaria	-Videos institucionales e informativos	20 años
Traductor 3	Sí, formación universitaria	-Videos informativos y técnicos. -Tutoriales acerca de programas informáticos	5 años
Traductor 4	Sí, capacitación profesional continua	-Videos instructivos	1 año
Grupo de profesionales de comunicación audiovisual			
Comunicador 1	No	-Videos institucionales	8 años
Comunicador 2	No	-Películas (para festivales) -Videos institucionales	6 años
Comunicador 3	Sí, capacitación profesional continua	-Películas (para festivales)	3 años
Comunicador 4	No	-Documentales	Más de 10 años
Comunicador 5	No	-Películas (para festivales)	10 años

Grupo de empresas de traducción			
Empresa de traducción	Sí, capacitación profesional continua	-Videos instructivos sobre el uso de maquinarias	7 años
Grupo de empresas de comunicación			
Empresa de comunicación 1	Sin información	-Películas	Más de 20 años
Empresa de comunicación 2	No	-Películas de cine -Documentales -Cortometrajes -Reportajes para televisión -Avances de películas	13 años

Tabla 1. Información acerca de los entrevistados.

4. Resultados: ideas generalizadas en torno a la subtitulación interlingüística

La aplicación de las entrevistas semiestructuradas se realizó utilizando cuatro guías, una para cada grupo de participantes.⁶ Las secciones desarrolladas en las entrevistas abarcan la formación y la experiencia profesional, la percepción del mercado profesional en Lima y las tarifas de servicios profesionales. Esta última sección de las guías de entrevista no incluía preguntas directas sobre tarifas por razones de recelo profesional que identificamos en la etapa piloto de la aplicación del estudio, al igual que en investigaciones anteriores que buscaban abordar dicho tema (Reyntjens, 2005). Las preguntas indirectas conllevaron la recolección de datos que no eran lo suficientemente detallados o exactos para establecer relaciones con las otras secciones, como las de la percepción del mercado profesional.

El contenido de las respuestas, luego de ser procesado mediante la identificación de categorías codificadas (subtitulación como proceso, subtitulación como producto, frecuencia de demanda de servicios, ingreso al mercado de la subtitulación, perfil del productor de subtítulos) y el tratamiento relacional de dichas categorías, nos llevó a establecer cuatro ideas que eran recurrentes entre los grupos de productores de subtítulos. Estos planteamientos se presentan a continuación:

- La subtitulación se concibe como una parte eventual de un proceso más amplio, poco significativa en cuestión de frecuencia de demanda y de ingresos.
- Las redes de contactos son un elemento clave para ingresar y desempeñarse en subtitulación.

⁶Se ha incluido dos guías de entrevistas como anexos 1 y 2.

- Los conocimientos generales, así como una aproximación inductiva o intuitiva son importantes para subtitular cuando el proceso no se lleva a cabo por personas con una formación universitaria en TAV.
- El traductor asume un rol significativo de especialista cuando contribuye a un proceso de subtitulación.

Expondremos estos planteamientos mediante la integración de sus respuestas y la discusión a partir de los planteamientos teóricos de base.

4.1. La relevancia de la subtitulación como proceso y servicio

Si bien comprendíamos que la denominación *traducción audiovisual* procede del ámbito académico, asumimos que palabras como *subtitulación* o *subtitulado* tenían un uso generalizado y común entre los grupos de productores que entrevistamos. Sin embargo, las entrevistas evidenciaron que los conceptos de subtitulación como proceso y producto no eran uniformes. En el caso de los grupos de comunicadores, *subtitulado* podía referirse a una tarea específica de posproducción del video, de incrustación del texto en la imagen, ajena al ámbito de la traducción, ergo, ajena al trabajo del traductor. Los entrevistados parecían estar de acuerdo con que la traducción se terceriza (cuando ellos no la hacen) y luego ellos realizan el *subtitulado*, entendido como la localización (*spotting*) de los subtítulos y la incrustación en pantalla. En el caso de los grupos de traductores, la noción de la *subtitulación*, *subtitulado* o *subtitulaje* tenía características más procesuales, en la medida que se mencionaban tareas relacionadas que eran parte de un proceso general. En el caso de los grupos de traductores, pudimos inferir que el eje del proceso era la traducción propiamente dicha, mientras que tareas como la transcripción y la localización (*spotting*), y el ajuste se consideraban como etapas previas o posteriores, respectivamente.

Sobre las tareas que conforman la subtitulación, los traductores pusieron de relieve la importancia de la transcripción en la medida que contar o no con una lista de diálogos o guion del video es relevante para la cantidad de recursos humanos (transcriptor con conocimientos de la lengua del video) y recursos de tiempo requeridos por el traductor.

En algunos casos, solamente te dan el video y tienes que hacer transcripción-subtitulación, pero yo ahora como profesional, al momento de empezar a trabajar, no transcribo primero y después subtítulo. No, porque me demoraría demasiado. Y cuando sí te ofrecen algún tipo de transcripción, obviamente te es más sencillo y baja un poco la tarifa porque ya no tienes que hacerla y también a veces te ofrecen los *captions* (...) Entonces, dependiendo de cuál sea el caso del texto escrito para traducir directamente, se va cambiando también la tarifa (Traductor 3, 2016).

La mención de las tarifas de la subtitulación permite vincular el proceso de subtitulación y los recursos necesarios con la noción de servicio de subtitulación. Si comprendemos que los traductores asumen la traducción como su servicio principal y las demás tareas como circundantes o de valor añadido, las tarifas de subtitulación variarán de acuerdo a que el proceso es visto como “más sencillo” en palabras del Traductor 3. Creemos que la forma de ver la subtitulación como un proceso con etapas diferenciadas implica que existe una sistematización de acciones operativas, recursos de distinto tipo hasta la

aplicación de conocimiento especializado. Apuntamos que este sería el conocimiento sobre la traducción que, después de todo, es la actividad por la que los traductores entrevistados cotizarían más en relación con el resto de tareas.

Comprender las distintas etapas de subtítulos, no obstante, no conllevaría que los traductores busquen enfocarse solo en una actividad.

Tú les dices: “Puedo hacer la transcripción, la traducción y puedo insertar los subtítulos en el video”, pero dijeron “No, solo queremos que hagas el pauteo para que entre como subtítulo, ya nosotros nos encargamos de insertarlo en el video”. Entonces, hay veces en que el cliente es así (Traductor 1, 2016).

Nosotros aquí no trabajamos nada en específico de subtítulo. Nos dedicamos a hacer videos, lo que pasa es que cuando el cliente quiere cotizar una traducción para que se subtitle, a veces nos la pide y nosotros la mandamos a traducir y luego la subtitulamos. A veces nos dan la traducción y también nos piden subtítulo. Por otro lado, a veces incluso ni consideran subtitularlo, pero luego ocurre que nos la piden y nosotros tenemos que transcribir el video para que alguien lo traduzca. Lo solemos hacer, pero no nos especializamos en eso ni mucho menos. Pasa que el cliente a veces quiere el subtítulo y también lo podemos hacer (Comunicador 1, 2016).

Como mencionamos antes, los grupos de comunicadores comprenden la subtítulos como una actividad de posproducción de los videos mientras que la traducción sería una tarea tercerizada cuando ellos no pueden realizarla. Esta manera de comprender la subtítulos no corresponde al servicio de subtítulos ofrecido por los traductores. Es importante comprender que estas actitudes no solo estarían motivadas por concepciones, sino que el conocimiento especializado que los traductores tienen para recorrer el proceso integral de subtítulos puede valorarse y cotizarse de manera diferente por los grupos de comunicadores. En ese sentido, podría ser más beneficioso para los comunicadores solo tercerizar la traducción y realizar la localización de los subtítulos ellos mismos. Sin embargo, comprender que una traducción (escrita) puede simplemente incrustarse en la imagen deja pendiente el ajuste de los subtítulos de acuerdo con las restricciones audiovisuales del video, etapa significativa del proceso ofrecido por los traductores entrevistados excepto por la Empresa de Traducción 1. Retomaremos este tema en cuanto abordemos la especialización en subtítulos de los traductores frente a la “experiencia” que menciona el Comunicador 1.

Por otro lado, la medida en que los grupos de comunicadores entrevistados calculan la relevancia de la subtítulos entre sus servicios puede derivar de lo aleatorio o incidental de los encargos. Al preguntar a la Empresa de Comunicación 1 sobre la frecuencia con la que reciben encargos de subtítulos, respondió que “es aleatorio, no es que nos focalicemos en productos de subtítulo. Lo hacemos, tenemos la experiencia, pero hay temporadas donde hay frecuentemente y hay temporadas donde no hay frecuentemente” (2016). Asimismo, los comunicadores entrevistados respondieron que se trataba de un “ingreso mínimo” (5%) de su flujo contable, por ello estiman que ha sido siempre “residual”. Aun así, esta cantidad de trabajo de subtítulos varía entre las empresas de comunicación, entre 5% y 45%; por ello, la valoración de la subtítulos no se debería necesariamente a lo incidental de los encargos, sino al grado de especialización que creen que requiere esta tarea.

Eso [el precio por el servicio de subtitulación] también es relativo, pero suele tener un precio bajo, porque es poco trabajo y no se considera realmente a alguien en particular para hacerlo, que sí debería pasar, pero el mismo cliente no lo considera. Aunque poco a poco estamos cambiando eso, estamos tomándolo mucho más en cuenta para que el subtítulo esté bien hecho (Comunicador 1, 2016).

En palabras del Comunicador 1, el precio bajo que cobran por subtitular se debe al “poco trabajo” que realizan en comparación con el proyecto de producción como tal, lo cual podría ser cierto de acuerdo al tipo del proyecto a su cargo. Asumiría esto porque no hay un enfoque especializado en la realización de los subtítulos, no hay “alguien en particular” que haga el trabajo. Dejan entrever, no obstante, que debería haberlo y según proponen van en el camino de integrar un tratamiento especializado.

4.2 Ingresos contingentes a la práctica profesional de la subtitulación

En el caso de los grupos de comunicadores y traductores, se encontró una referencia general a las redes de contactos como un medio o catalizador para comenzar a subtitular. En cuanto a los traductores, los entrevistados recurrían al tópico del ingreso al mercado laboral a partir de las referencias entre excompañeros o exprofesores, y otras personas del entorno más próximo como amigos y familiares. Uno de los puntos en común es la tercerización o subcontratación de sus servicios de subtitulación por parte de un colega, cuando este no puede asumir el encargo debido a la falta de conocimiento especializado o falta de tiempo. Los traductores plantean, además, que su trabajo en este rubro se dio a partir de la capacitación o entrenamiento que recibieron en traducción audiovisual y tras haber aceptado encargos subcontratados. “Recibo trabajos de colegas, profesores que he tenido, que no se han actualizado al momento de dominar los software de subtitulación que deberían conocer para poder ofrecer este tipo de servicios” (Traductor 3, 2016). Revisaremos las implicaciones de la especialización en las siguientes secciones.

En cuanto a los comunicadores, también se hace referencia a los profesores de la universidad como contactos de importancia; al respecto, existe un caso que resalta debido al tipo de productos audiovisuales que se encarga de subtitular:

Mi formación como comunicador siempre ha estado ligada, en base [sic] a mi carrera, al cine. Por lo tanto, he estado en constante seguimiento de festivales, de películas, de estrenos, más que todo europeas (...) Es ahí cuando el director del festival, que fue profesor mío durante 2013-2014, me invitó a ser parte de este equipo para realizar una coordinación de proyecciones de películas, en el que se verifica el proceso de la subtitulación (Comunicador 3, 2016).

Si bien entre los grupos de comunicadores, todos los entrevistados plantean haber subtitulado géneros audiovisuales del ámbito cinematográfico (documentales, cortos, películas, avances de películas), solo el Comunicador 3 mencionó el trabajo en festivales de cine en la ciudad de Lima, a partir de haber tenido contacto con uno de los agentes de la realización de los eventos. En el caso de los traductores, los géneros audiovisuales subtitulados pertenecen a entornos institucionales y se trata de géneros instructivos sobre temas técnicos; dos de los entrevistados comunicadores también habían subtitulado contenidos similares. Consideramos que el acceso a determinados tipos de contenidos audiovisuales para subtitular tiene que ver con las propias comunidades de práctica en la que se encuentran los productores de subtítulos. En el caso de los comunicadores,

como bien señala el Comunicador 3, se trata de contenidos que ven en su carrera. En el caso de los traductores, los videos instructivos pueden guardar relación con la traducción especializada tan común en Perú debido a la realidad económica, en principio, basada en la minería.

Por otro lado, la Empresa de Comunicación 2 planteó que suelen trabajar con la subtitulación de sus productos, pero también con los productos de otras empresas que producen audiovisuales. La Empresa de Comunicación 1, por su parte, estableció que sus redes de contactos han tenido que crecer debido a que han comenzado a subtítular videos a lenguas poco presentes en el mercado de Lima para las que no hay recursos humanos preparados:

Ahora hacemos también trabajo a la inversa. Un cliente americano nos pidió una subtitulación al árabe, pero en el Perú no tenemos árabes o por lo menos expertos que nosotros conociéramos. Por ello, hemos encontrado unos socios en Egipto que nos están haciendo el trabajo allá. Entonces, el producto nos lo mandan desde Estados Unidos, nosotros lo enviamos a Egipto y luego, devolvemos el producto a los Estados Unidos. Ya no existen fronteras en este mundo (...) subtítular al árabe es algo que antes no era viable, porque no teníamos la más mínima idea de cómo comenzar, ni dónde empezar, o cómo buscar socios o proveedores locales, ya que no los encontrábamos fácilmente en países sudamericanos. Sin embargo, gracias a las redes de contactos que uno tiene, ahora si es posible (Empresa de Comunicación 1, 2016).

Los nuevos encargos que recibe esta empresa se valoran por su diferencia o novedad de las lenguas involucradas y la necesidad que ha tenido de contar con nuevos recursos, en este caso satisfechos mediante la tercerización del proceso de traducción. No obstante, este tipo de encargos surge y se lleva a cabo mediante una red de contactos contingente y poco común en relación con los otros grupos de participantes. La particularidad del caso de la Empresa de Comunicación 1 no deja de enfocar que los proveedores locales no están capacitados en las lenguas de trabajo menos próximas al Perú, como el árabe. En la medida que la demanda de nuevos servicios de subtitulación se restrinja solo a empresas o subtítuladores con una red de contactos establecida, no consideramos que la subtitulación pueda devenir más relevante en el mercado del Perú.

4.3. La aproximación inductiva a la subtitulación

Mientras que los grupos de traductores plantearon haber contado con algún tipo de capacitación en traducción audiovisual, los grupos de comunicadores reconocen que aprender de manera intuitiva es un recurso importante que los ayudó a iniciar con el trabajo de subtitulación. Asimismo, los comunicadores resaltan el hecho de conocer sobre temas de producción audiovisual como algo que les permite inducir usos del texto en pantalla. Esto conlleva que los criterios de corrección o de calidad de los subtítulos se definan de manera independiente; por ejemplo, ante la pregunta de si había directrices para el trabajo de incluir la traducción como subtítulos en la imagen, el Comunicador 4 dijo lo siguiente: “No, queda a mi discreción. Al ser productora general, yo lo calculo” (Comunicador 4, 2016).

Por otro lado, también pudimos notar que en el caso de los grupos de comunicadores y la Empresa de Traducción, ambos desconocían algún tipo de prácticas generalizadas o incluso productos aplicados sobre subtitulación que sirvan para establecer criterios de calidad. En ambos casos, emplean la experiencia propia y sus conocimientos sobre traducción, edición o la producción de audiovisuales, para tomar decisiones al momento de subtítular.

Hace ya 3 años que vengo realizando trabajos de subtitulación, algo que ha sido un auto descubrimiento para mí, en ningún momento pensé dedicarme a esto, sobre todo porque en Lima creo que no se tienen las herramientas, sí se tienen los conceptos, pero no contamos con las herramientas que otros países tienen (Comunicador 3, 2016).

Hasta el día de hoy, no hay nada escrito, aparentemente no hay nada escrito, no hay una voz autorizada que pueda decir “este es el manual de la traducción audiovisual”, la mayoría de personas que realizamos trabajos de subtitulación tenemos parámetros y reglas propias y tenemos diversas formas de realizar el proceso (Empresa de Traducción, 2016).

Por el tiempo que vengo haciendo esto y porque trabajo en el medio, ya me interesa cómo va quedando todo. Si creo que hay una serie de características que se deben tomar en cuenta, desde la duración de los subtítulos, por ejemplo, (...) cuando se corta el plano y el subtítulo sigue ahí y debería haberse cortado, pero a veces no hay tiempo para que el público lo lea. En fin, son varios factores. Como no creo que en este país haya subtítuladores, no sé, de repente sí (Comunicador 1, 2016).

Las palabras del Comunicador 1 ponen de relieve una suerte de paradoja —que mencionamos sin ánimos de valoración—, con la que nos encontramos al momento de realizar la investigación y que también partía del rastro que tuvimos que seguir para encontrar qué tipo de personas realizaban la subtitulación si no eran los traductores. Aunque algunos comunicadores han tenido que subcontratar servicios de traducción, parece no haber una relación directa perceptible por ellos entre el trabajo del subtítulador y del traductor. Inferimos ello a partir del enunciado final de la última cita. En ese sentido, es comprensible que los comunicadores busquen recursos adicionales a sus conocimientos en producción audiovisual —como los manuales de *streaming* o de cadenas televisivas internacionales—, para establecer algunos criterios de subtitulación.

Eso [protocolos u hojas de estilo] no lo tengo en detalle, pero tenemos algunos manuales. Quienes marcan la norma son usualmente los líderes de la industria. Por ejemplo, saber si NETFLIX usa un tipo determinado de *fonts*, un número determinado de caracteres por línea, si solo usa dos líneas (...) A veces, lo que hemos hecho es grabar cómo subtítula HBO, SONY, etc. y sacar una norma, porque no es que haya un manual en el Perú (Empresa de Comunicación 2, 2016).

Por su parte, los traductores reconocen que puede haber un acercamiento inductivo a la subtitulación, ya sea por algunas tareas automatizadas relacionadas con el control de la calidad en los programas de subtitulación o por el acceso a información instructiva mediante plataformas de video, como Youtube. Por otro lado, los comunicadores reconocen también que la automatización de tareas y la democratización de los programas informáticos de licencia libre (Subtitle Workshop, Aegisub, Subtitle Editor, SubMagic, entre otros) que les permiten traducir son hechos valiosos sobre los que han podido capitalizar. Las características de los programas de licencia libre que los comunicadores mencionaron guardan relación con los criterios de calidad que los traductores siguen mediante protocolos u hojas de estilo: cantidad de caracteres por línea, cantidad de caracteres por segundo, tipos y tamaños de fuentes.

Ahora bien, los traductores reconocen asimismo que pueden encontrarse trabajos poco profesionales que han sido realizados en Lima y que no contribuyen al trabajo que ellos realizan. “El problema también es que hay muchos advenedizos (...) que realmente no saben cómo subtitular y hacen lo que sea (...) van en contra del mercado y del prestigio que pueda tener un país como parte de cierta actividad” (Traductor 2, 2016). La oposición entre un trabajo realizado por alguien con formación en TAV y los productos de poca calidad, que se puede derivar de las palabras del Traductor 2, surge a partir del reconocimiento de las nuevas posibilidades de autoformación.

Estas posibilidades no están necesariamente institucionalizadas, sino que se encuentran al alcance de todos mediante la Internet. Al respecto, el Traductor 1 menciona el caso de YouTube como una plataforma de autoaprendizaje para subtitular a pesar de que existen también malos ejemplos de videos subtitulados. “Por ejemplo, tienes tutoriales en YouTube que puedes seguir para hacer un subtitulado (...) Hay tantos videos que están subtitulados en YouTube” (Traductor 1, 2016). Otro caso de formación inductiva en línea son las plataformas de subtitulación usadas para el *crowdsourcing*. El Traductor 3 plantea haber conocido algunas pautas de subtitulación mediante estos servicios:

Ya había descubierto la subtitulación antes, pero de manera *amateur* y a través de *crowdsourcing*, a través de estos foros (...) Entonces, ya tenía cierta noción de lo que eran los formatos de archivos, programas de subtitulación, el *timing*, el ajuste (Traductor 3, 2016).

En cuanto a la especialización, si bien los comunicadores reconocían que existían traductores formados a nivel universitario, llevar una especialización en subtitulación no se consideraba del todo pertinente en la medida que el trabajo que han realizado les ha permitido conocer más sobre la tarea de subtitular que lo que aprenderían en un curso. Asimismo, en cuanto a la traducción surgieron opiniones con respecto a la razón por la que, en algunas oportunidades, hacen la traducción ellos mismos sin pensar en tercerizar el servicio. Estas ideas podrían relacionarse con lo mencionado en la sección 4.1 con respecto a la relevancia económica de que los comunicadores ofrezcan servicios de subtitulación.

Yo les he hecho un precio a una gente, “no, ¿sabes qué?, es muy caro, prefiero que lo haga la editora que lo está haciendo”, porque muchos de ellos creo que ya consiguen la traducción, la traducción es lo que más rápido pueden conseguir y a diferentes precios. Ahora la calidad de la traducción a veces varía [...] y yo digo “¿sabes qué?, esto no está bien traducido”, entonces tengo que volver a traducir, y en realidad nunca he cobrado extra por eso, porque ya lo tomo como parte del trabajo, corregir los errores de otros traductores (Comunicador 2, 2016).

Los traductores y los comunicadores asumen distintas actitudes de acuerdo al tipo de clientes que tengan. Plantean que existen clientes, por lo general del extranjero, que establecen las características de los subtítulos, en cuanto a protocolos o guías de estilo a seguir. En estos casos, el diálogo o negociación son fluidos, porque las partes conocen las implicaciones del trabajo, entonces, comprenden la cotización del servicio. Por otro lado, la actitud de los traductores frente a la desinformación del cliente en cuanto al valor de la traducción es distinta, más aún cuando el servicio solicitado/ofrecido implica tareas de valor añadido.

Cuando una persona me pide hacer la subtítulos de un video y esta persona es completamente ajena a lo que significa la subtítulos, yo soy el que tengo que sacar la información de lo que realmente quieren, porque ellos no saben lo que piden. Tengo que ir sacando la información de parte del cliente [...] indicarles qué es lo que puedo hacer, porque la mayoría de las personas no conocen siquiera, lamentablemente, en qué consiste traducir y menos en qué consiste la subtítulos (Traductor 3, 2016).

El rol de educador del traductor en estos casos es necesario para que el encargo se concrete, dado que, de otra forma, el cliente no podrá establecer las características necesarias del producto por subtítulos. Asimismo, que los clientes comprendan el alcance del trabajo realizado por el subtítulos permite proponer tarifas adecuadas y que estas no se valoren como muy costosas.

Un 80% de los clientes cree que lo que necesita no cuesta nada. Considera que es un precio súper barato (...) y son 30 segundos, la verdad, pero realizar un video, dirigirlo, filmarlo o hacer una subtítulos y una traducción requiere un precio y un trabajo porque es parte de una industria, una pequeña industria cinematográfica en general, pero parte de una industria (Comunicador 3, 2016).

El Comunicador 3 da cuenta de los mismos problemas de subvaloración de la producción de una pieza audiovisual, que se extiende a los subtítulos de este producto; pero no plantea de qué manera aborda este tipo de actitudes de sus clientes.

4.4. La relevancia de la función del traductor que subtítulos y las posibilidades del mercado

En el caso de los traductores, la concepción procesual antes mencionada da cuenta del enfoque especializado que le brindan a su práctica profesional. Los traductores también opinan que hay tareas en la subtítulos que no corresponden a su competencia profesional como traductores por ser muy operativas (como la transcripción); aun así, realizan estas tareas debido a que el servicio que ofrecen implica la subtítulos como un proceso completo, entendido como traducción audiovisual.

Asimismo, entendemos que la manera en que los comunicadores conciben la producción de subtítulos no se relaciona necesariamente con un proceso, sino con una tarea aislada. Esta concepción parece derivar de su formación en producción audiovisual, en la que la subtítulos no es vista como una especialización por cuenta propia. El Comunicador 1 relaciona la subtítulos, en principio, como parte de la posproducción de un video, mas no como un proceso en sí mismo:

Hay un montón de factores para que el video quede bien con relación a lo que dice la subtítulos en el momento en el que aparece, cuánto dura, etc. Pero eso no existe. Acá el subtítulos es el asistente; la subtítulos la hace cualquiera, sin a veces saber el idioma. Es mucho mejor cuando, por ejemplo, si yo domino el inglés, sé lo que quiere decir y entiendo el sentido de la frase, entonces inserto el subtítulos donde creo que me parece correcto. (...) Es un trabajo que debería ser más cuidado y no se toma mucho en cuenta (Comunicador 1, 2016).

De lo planteado por el Comunicador 1, deriva pensar en la relevancia de la función del subtítulos o del traductor que subtítulos. Al proponer que “acá el subtítulos es el asistente” se desvaloriza la función del traductor que subtítulos; sin embargo, en esta oportunidad no se trata de una invisibilización autoinflingida por temas estilísticos. La subvaloración o escaso conocimiento sobre quiénes subtítulos (y traducen) podría

comprenderse como una oportunidad para la comunicación entre estos dos grupos de profesionales: comunicadores y traductores. En el caso del Comunicador 1, por ejemplo, se requiere aprender a promover la subtítulos como un servicio independiente o de valor añadido de los encargos de producción audiovisual, una retroalimentación que podría dar un traductor con formación en TAV.

Como contraparte, considerar el valor propositivo de los comunicadores podría ser invaluable, ya que son ellos los que están en constante contacto con el mercado de la producción de piezas audiovisuales y conocen en qué medida la subtítulos es necesaria o solicitada. La opinión de los traductores es que es necesario “producir más para afuera” (Traductor 3, 2016) con el fin de que se constituya un mercado dinámico de subtítulos. El Traductor 4 mantiene una opinión similar en cuanto al potencial del traductor que subtítulos en relación con el trabajo fuera del Perú:

No hay un mercado [en Lima], la verdad no he encontrado mucho, lo que es subtítulos no se hace mucho según lo que yo he podido ver. Sí considero que hay un mercado grande, aun cuando no haya llegado aquí, yo considero que es un mercado grande y podemos tener participación (Traductor 4, 2016).

Las redes de contactos que manejan empresas como la Empresa de Comunicación 1 podrían ser una respuesta para los traductores que estiman necesario ofrecer más servicios para afuera, el mercado internacional. Sin embargo, la relevancia del traductor que subtítulos está vinculada con una formación apropiada en TAV que le permita ofrecer un servicio diferenciado a los comunicadores que consideran que pueden hacer ellos mismos esta tarea de posproducción. Para que haya un verdadero mercado dinámico, el Traductor 3 plantea que deberían realizarse capacitaciones, como “un seminario, un taller de subtítulos o un curso de especialización” (Traductor 3, 2016).

5. Conclusiones y recomendaciones

De lo expuesto hasta este punto, concluimos que comprender la subtítulos como un proceso es parte de una concepción especializada de la TAV, propia de los traductores que participaron en el estudio. Los traductores hacen referencia a las etapas de dicho proceso con un grado de consenso identificable con las propuestas académicas (Castro, 2001; Díaz Cintas, 2003; Díaz Cintas y Remael, 2014; Torregrosa, 2012), aunque con algunas divergencias relacionadas con el ejercicio o experiencia profesional individual. Los comunicadores que participaron del estudio, por su parte, conciben la producción audiovisual como el proceso general y de mayor importancia, lo que deriva en que la subtítulos se perciba como una tarea, en principio, operativa.

La subtítulos cobra algún grado de relevancia en el caso de los comunicadores que han tenido una experiencia subtítulos. Creemos que entonces comprenden las implicaciones de esta tarea, pero su aproximación inductiva mantiene limitaciones en relación con las etapas del proceso de subtítulos que permiten asegurar la calidad de los subtítulos (Díaz Cintas y Remael, 2014, p. 33). La experiencia inductiva de los traductores para subtítulos se complementa con su formación en TAV, lo que a su vez conlleva una valoración de su saber hacer que se comprueba con la diferenciación que establecen con otros traductores o los productos de traductores no especializados.

Como mencionan Orrego Carmona et al. (2010, pp. 29-30), los actores vinculados con la subtitulación en Colombia tienen un grado de conocimiento y participación significativo en los procesos de producción de los subtítulos; en dicho estudio se señala además que la subtitulación tiene un consumo y producción frente al doblaje en Colombia. Estimamos que la valoración de la subtitulación puede surgir de una mejor comprensión de las implicaciones (para el cliente, los usuarios, inclusive para los proveedores de servicios) de un proceso bien o mal ejecutado. En ese sentido, la discrecionalidad de los comunicadores en cuanto a qué etapas incluyen o no para subtítular podría ser una limitación de los servicios que ofrecen frente a ofertas de traductores formados en TAV que podrían mejorar la toma de decisiones.

Si bien Díaz Cintas y Remael (2014, p. 34) proponen que la subtitulación no sigue un proceso estático, sino uno en el que se pueden obviar ciertas etapas y que está en constante revisión, concluimos entonces que existe una falta de conocimiento en cuanto a parámetros o protocolos para la subtitulación en Lima. Proponemos que los beneficios de un diálogo entre comunicadores y traductores audiovisuales al respecto sería muy valioso; el trabajo interdisciplinario y colaborativo entre ambos grupos de profesionales también contribuiría a una valoración positiva del perfil especializado del traductor audiovisual.

En el marco de las tecnologías, la teoría plantea que la subtitulación ha devenido una práctica democratizada mediante el surgimiento de soportes digitales, programas informáticos de licencia libre y las nuevas plataformas en línea para el trabajo tercerizado a grupos masivos (Pérez González y Susam Saraeva, 2012; Dwyer, 2012; Díaz Cintas, 2015). Sin embargo, solo los traductores con formación en TAV parecen aprovechar este tipo de recursos frente a los comunicadores que solo utilizan recursos especializados de la producción audiovisual. La normalización de los procesos de subtitulación podría impulsarse mediante el uso de programas específicos para la edición de subtítulos, como Wincaps en el ámbito profesional, cuyas características y funciones ponen de relieve la complejidad de producir subtítulos.

De acuerdo a los criterios de la subtitulación como un producto y una actividad profesional —mediante la lectura que hicimos de Munday (2016, p. 8)—, proponemos que la rentabilidad de la subtitulación puede mejorar si la oferta de servicios especializados logra diferenciarse de la oferta generalista (Villanueva, 2016, p. 54). Asimismo, la formación universitaria (la subtitulación como actividad académica) podría contribuir a la normalización de procesos y al establecimiento de pautas básicas para lograr tarifas competitivas del servicio de subtitulación.

A partir de estos planteamientos finales, creemos pertinente plantear una serie de recomendaciones que contribuyan al mercado de la subtitulación en Lima, Perú. Dichas recomendaciones se enumeran a continuación:

1. La articulación de una red de apoyo entre profesionales y empresas de traducción y comunicación audiovisual que se dediquen a la subtitulación. Por ejemplo, las instituciones que forman ambas carreras pueden organizar coloquios que les permitan compartir, en primer lugar, la manera en que se comprende la subtitulación. Más adelante, se puede establecer redes de contactos profesionales,

- incluso entre estudiantes por egresar.
2. La normalización del proceso de subtitulación mediante iniciativas universitarias y profesionales. Una clave para mejorar la práctica de la subtitulación y su oferta como servicio profesional es contribuir a su normalización a la luz de las mejores prácticas y los criterios de calidad. En ese sentido, la universidad cumple un rol importante para comunicar en aula, mediante cursos especializados, cómo se debe ofrecer este servicio. Los gremios profesionales también pueden contribuir a ello mediante cursos de formación continua para sus miembros.
 3. La promoción del traductor audiovisual por parte de los gremios profesionales. En el Perú existe al menos dos gremios profesionales en actividad constante que pueden enfocar, entre las salidas profesionales potenciales, la subtitulación. En ese sentido, el perfil del traductor que subtitula —y, en adelante, el traductor audiovisual— puede visibilizarse mediante el registro de servicios profesionales ofrecidos por sus agremiados.
 4. La concienciación de la subtitulación como servicio de valor añadido. A partir de las normas de calidad existentes para la provisión de servicios de traducción, se pueden establecer criterios para cotizar las distintas etapas del proceso de subtitulación de manera diferenciada y como trabajo adicional al servicio básico del traductor (comprendido generalmente como traducción, edición y revisión). En el caso de la producción audiovisual, la subtitulación debería ser un trabajo saliente entre otros servicios de valor añadido una vez que se comprenda su complejidad y las implicaciones de los procesos bien ejecutados.
 5. La creación de un modelo tarifario que contribuya a la rentabilidad de la subtitulación. Dicha propuesta partiría de un modelo teórico sobre las etapas que componen el proceso de subtitulación y la cotización por cada etapa (transcripción, localización, traducción, ajuste, entre otras) con la finalidad de validarlas entre los grupos profesionales pertinentes. Como mencionamos en el punto anterior, se trata de comprender las tareas de subtitulación como servicios de valor añadido.
 6. La recopilación de las prácticas divergentes en relación con las propuestas académicas y las prácticas profesionales del extranjero. Dado que existen traductores y comunicadores que subtitulan en el Perú se debería describir la manera en que desarrollan su trabajo y cómo han ido adaptando sus estrategias a su entorno y a otros recursos disponibles. Esta recolección de datos podría conllevar conocer procedimientos eficientes y eficaces para resolver problemas propios de la subtitulación.
 7. El estudio del doblaje interlingüístico y de otras variedades de traducción audiovisual y accesibilidad. Con el desarrollo del mercado de la producción audiovisual se han creado empresas que vienen produciendo películas dobladas con talentos de voz peruanos. Asimismo, los avances en la legislación peruana apuntan a un acceso igualitario a los medios de comunicación masivos. En ambos casos es importante comenzar con el levantamiento de datos que sirvan para el diseño de ofertas de formación universitaria y también para que los gremios señalen nuevas salidas profesionales.

Referencias

- Barrales Gómez, F. (2015a). Mercado laboral de la traducción audiovisual en Chile. En *I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual*. Conferencia pronunciada el 07 de junio de 2015, Lima.
- Barrales Gómez, F. (2015b). Subtitulaje de una serie de televisión y web del inglés de los Estados Unidos al español latinoamericano. En *I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual*. Conferencia pronunciada el 07 de junio de 2015, Lima.
- Carroll, M. y Ivarsson, J. (1998). *Code of Good Subtitling Practice*. Recuperado de <https://www.esist.org/wp-content/uploads/2016/06/Code-of-Good-Subtitling-Practice.PDF>
- Castro, X. (2001). El traductor de películas. En M. Duro (coord.), *La traducción para el doblaje y la subtitulación* (pp. 267-323). Madrid: Cátedra.
- Castro San Martín, K. (2013). Traducción de humor en *The Big Bang Theory*: análisis de aciertos y errores de traducción en la subtitulación al español de Latinoamérica. En *I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual*. Conferencia pronunciada el 06 de junio de 2015, Lima.
- Chaume Varela, F. (2015). Historia y panorámica de la TAV. En *I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual*. Conferencia pronunciada el 06 de junio de 2015, Lima.
- Comisión Europea de Normalización (2015). *Norma Europea EN ISO 17100:2015. Servicios de traducción. Requisitos para los servicios de traducción*. Madrid: AENOR.
- Cornu, J. (2008). *Le doublage et le sous-titrage. Histoire et esthétique*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Díaz Cintas, J. (2003). *Teoría y práctica de la subtitulación inglés - español*. Barcelona: Ariel.
- Díaz Cintas, J. (2005a). The ever-changing world of subtitling: some major developments. En J.D. Sanderson (ed.), *Research on translation for subtitling in Spain and Italy* (pp. 17-26). Alicante: Universidad de Alicante.
- Díaz Cintas, J. (2005b). Back to the future in subtitling. En H. Gerzymisch-Arbogast y S. Nauert (eds.), *Mutra 2005 - Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*. Sarrebruck: Mutra.
- Díaz Cintas, J. (2015). Technological Strides in Subtitling. En C. Sin-wai (ed.), *The Routledge Encyclopedia of Translation Technology* (pp. 632-643). London & New York: Routledge.

Villanueva Jordán, I., Hermoza Vega, F. y Bravo Díaz, M. / *Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtítulos interlingüística en Lima, Perú*

- Díaz Cintas, J. y Remael, A. (2014). *Audiovisual Translation: Subtitling*. Manchester: Saint Jerome Publishing.
- Dwyer, T. (2012). Fansub Dreaming on ViKi. 'Don't Just Watch But Help When You Are Free.' *The Translator*, 18 (2), 217-43.
- Espindola, E. y Vasconcellos, M.L. (2006). Two facets in the subtitling process: Foreignisation and/or domestication procedures in unequal cultural encounters. *Fragmentos: Revista de Língua e Literatura Estrangeiras*, 30, 43-66.
- Ferrer Simó, M. (2012). La traducción audiovisual. Un recorrido por quince años en la profesión. En J. Martínez Sierra (coord.), *Reflexiones sobre la traducción audiovisual. Tres espectros, tres momentos* (pp. 161-177). Valencia: Universitat de Valencia.
- Gambier, Y. (2003). Screen Transadaptation: Perception and Reception. *The Translator*. 9 (2), 171-89.
- Hawkins, G. (2010). Multiculturalism on Screen - subtitling and the translation of cultural differences. *The Otemon Journal of Australian Studies*, 36, 97-109.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2015). *Perú: Síntesis Estadística 2015*. Lima: INEI. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1292/libro.pdf
- Joseph Hernández, D. (2017). The Translation of Graphemes in Anime in Its Original and Fansubbed. *TranscUlturAl: A Journal of Translation and Cultural Studies Versions*, 9 (1), 78-104.
- Karamitroglou, F. (2000). *Towards a methodology for the investigation of norms in audiovisual translation: The choice between Subtitling and Revoicing in Greece*. Amsterdam. Amsterdam: Editions Rodopi.
- Kruger, J.L. (2012). Ideology and Subtitling: South African Soap Operas. *Meta: journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal*, 57 (2), 496-509.
- Kruger, J.L., Kruger, H. y Verhoef, M. (2007). Subtitling and the promotion of multilingualism: The case of marginalised languages in South Africa. *Linguistica Antverpiensia, New Series-Themes in Translation Studies*, 6, 35-49.
- Lopes Martínez, S. (2011). Tecnología digital, accesibilidade e novos mercados para o tradutor audiovisual. *Tradução em Revista*, (11), 1-8.
- Micheli Contreras, P. (2015). Análisis de errores en subtítulos amateur: El caso de Lost. En *I Congreso Internacional de Traducción Audiovisual*. Conferencia pronunciada el 06 de junio de 2015, Lima.

- Ministerio de Relaciones Exteriores (RREE). (2015). Listado de Traductores Públicos Juramentados. Lima: RREE. Recuperado de http://www.rree.gob.pe/servicioalciudadano/Documents/Listado_Ingles.pdf
- Munday, J. (2016). *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. Oxox & New York: Routledge.
- Orrego Carmona, D., Alarcón N., Olaya C. y Pérez K. (2010). Situación actual de la traducción audiovisual en Colombia. *Íkala, revista de lenguaje y cultura*, 15 (26), 17-39.
- Orrego Carmona, D. (2013). Avance de la traducción audiovisual: desde los inicios hasta la era digital. *Mutatis Mutandis, revista latinoamericana de traducción*, 6 (2), 297-320.
- Pérez Gonzáles, L. y Susam-Saraeva, S. (2012). Non-Professionals Translating and Interpreting. Participatory and Engaged Perspectives. *The Translator*, 18 (2), 149-165.
- Reyntjens, M. (2005). *A Quantitative Study on Subtitling Rates*. Bruselas: Institut Supérieur des Traducteurs et Interprètes.
- Rodrigues de Souza Barros, L. (2006). *Tradução Audiovisual: A variação lexical diafásica na tradução para dublagem e legendagem de filmes de língua inglesa* [Tesis de maestría]. Universidad de São Paulo, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas. Sao Paulo, Brasil. Recuperado de <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8139/tde-31072007-154148/pt-br.php>
- Scandura, G. (2004). Sex, Lies and TV: Censorship and Subtitling. *Meta*, 49 (1), 125-134.
- Sela-Sheffy, R. y Shlesinger, M. eds. (2011). *Identity and Status in the Translational Professions*. Amsterdam y Filadelfia: John Benjamins.
- Torregrosa, S. (2012). El viaje sobre acolchado. Veinte años de subtitulado electrónico (1990-2010). En J. Martínez Sierra (coord.), *Reflexiones sobre la traducción audiovisual. Tres espectros, tres momentos* (pp. 81-92). Valencia: Universitat de Valencia.
- Villanueva, I. (2016). Diseño y ejecución de un curso de pregrado sobre subtitulación. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 10 (1), 52-67.

Anexo 1

Guía de entrevista a profesionales de la traducción que realizan subtitulación

El propósito de la siguiente entrevista es recopilar opiniones y/o percepciones acerca de la situación actual de la subtitulación en Lima. Se espera que la información recopilada nos ayude a conocer las condiciones del mercado en el que se desarrolla esta actividad, así como la de los profesionales que la realizan. La presente entrevista es completamente anónima; sin embargo, al finalizar el estudio se le enviará una copia de los resultados de la investigación, si así lo desea. La duración de la entrevista es de 45 minutos aproximadamente, de acuerdo a la información que usted desee compartir. Asimismo, podrá realizar las preguntas que considere necesarias antes, durante y después de la actividad; y podrá abstenerse de contestar, interrumpir o dar por terminada la entrevista cuando lo crea necesario. La entrevista será grabada en audio para su posterior transcripción y análisis.

De antemano, se le agradece su tiempo y ayuda.

Formación académica y experiencia profesional

- Primero, nos gustaría que nos comente un poco acerca de su formación académica y estudios cursados.
- ¿Actualmente a qué se dedica?
- ¿Cuenta usted con estudios o alguna especialidad en subtitulación o traducción audiovisual?

Experiencia laboral y proceso de subtitulación

- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando como subtitulador?
- ¿En qué consiste el servicio de subtitulación que ofrece? ¿Qué etapas realiza?
- (En caso de que el entrevistado realice la traducción) ¿Su traducción la revisan terceros? ¿Quién la revisa?
- (Sobre los proyectos de subtitulación) ¿Tiene acceso al material audiovisual cuando recibe el encargo o solo al guion, o no recibe guion ni transcripción? ¿Tiene alguna preferencia entre ambas opciones? ¿Por qué?
- Cuéntenos acerca de las herramientas que emplea durante el proceso de subtitulación.
- ¿Emplea alguna norma, directriz o protocolo al subtitular?
- ¿Con qué frecuencia recibe y realiza proyectos de subtitulación?
- ¿A qué idiomas y de qué idiomas ha subtitulado?
- Coméntenos acerca de los clientes para quienes ha subtitulado.
- ¿Ha recibido encargos para realizar subtitulación de clientes o empresas de otros países?
- Según su experiencia, ¿qué tanto sabe el cliente acerca del proceso de subtitulación y cuán colaborativo es durante este?

Percepciones sobre los servicios de subtitulación en Lima

- Desde su opinión como profesional en esta área, ¿qué es lo que opina sobre el servicio de subtitulación en Lima?
- ¿Considera que debería haber cursos de especialización en Traducción Audiovisual (TAV) o en subtitulación? ¿Por qué?

Acerca de las tarifas por servicios de subtitulación

- ¿Cree usted que es rentable trabajar únicamente como subtitulador en nuestro país? ¿Por qué?
- ¿Quién establece los precios que se cobran por el servicio de traducción?
- Coméntenos, ¿bajo qué criterios realiza las cotizaciones de las subtitulaciones?
- En el último año, ¿considera que sus ingresos por subtitulación han variado? ¿A qué cree que se debe?

Anexo 2

Guía de entrevista a profesionales de la comunicación audiovisual que realizan subtitulación

El propósito de la siguiente entrevista es recopilar opiniones o percepciones acerca de la situación actual de la subtitulación en Lima. Se espera que la información recopilada nos ayude a conocer las condiciones del mercado en el que se desarrolla esta actividad, así como la de los profesionales que la realizan. La presente entrevista es completamente anónima; sin embargo, al finalizar el estudio se le enviará una copia de los resultados de la investigación si así lo desea. La duración de la entrevista es de 45 minutos aproximadamente, de acuerdo a la información que usted desee compartir. Asimismo, podrá realizar las preguntas que considere necesarias antes, durante y después de la actividad; y podrá abstenerse de contestar, interrumpir o dar por terminada la entrevista cuando lo crea necesario. La entrevista será grabada en audio para su posterior transcripción y análisis.

De antemano, se le agradece su tiempo y ayuda.

Formación académica y experiencia profesional:

- Primero, nos gustaría que nos comente un poco acerca de su formación académica y estudios cursados.
- Cuéntenos, ¿qué idiomas ha estudiado?
- ¿Actualmente a qué se dedica?

Primeras percepciones acerca de la subtitulación de materiales audiovisuales:

- Antes de empezar a realizar trabajos de subtitulación, cuéntenos, ¿qué sabía sobre la carrera de traducción e interpretación? ¿Cuál es su opinión sobre esta práctica? ¿Y sobre la traducción audiovisual?
- ¿Qué opiniones o percepciones tenía sobre la labor del subtitulador? ¿De qué manera se relaciona la subtitulación con su carrera?

Experiencia laboral como subtitulador

- ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la subtitulación de productos audiovisuales?
- ¿En qué consiste el servicio de subtitulación que ofrece? ¿Qué etapas realiza?
- Además de usted, cuéntenos si alguien más interviene en el proceso de subtitulación.
- ¿Qué herramientas emplea durante el proceso de subtitulación? (herramientas profesionales o software gratuitos).
- ¿Emplea alguna norma, directriz o protocolo al subtitular?
- ¿Con qué frecuencia recibe y realiza proyectos de subtitulación? ¿De qué clase de material audiovisual se trata?

Villanueva Jordán, I., Hermoza Vega, F. y Bravo Díaz, M. / Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú

- Coméntenos acerca de los idiomas para los cuales ha subtitulado.
- Cuéntenos acerca de los clientes para los cuales subtitula.
- ¿El servicio de subtitulación que ofrece forma parte del servicio de producción audiovisual? ¿Tiene costos adicionales?
- ¿Ha recibido trabajos de subtitulación de clientes o empresas de otros países?
- Según su experiencia, ¿qué tanto sabe el cliente acerca del proceso de subtitulación? ¿Cuán colaborativo es durante el proceso?

Percepciones sobre la subtitulación en Lima

- En su opinión como profesional en esta área, ¿cuáles son sus percepciones sobre el servicio de subtitulación en Lima?

Acerca de las tarifas por servicios de subtitulación

- ¿Cree usted que es rentable trabajar únicamente como subtitulador en nuestro país? ¿Por qué?
- Coméntenos, ¿bajo qué criterios realiza las cotizaciones por el servicio de traducción? ¿Y por el servicio de subtitulación?
- En el último año, ¿considera que sus ingresos por subtitulación han aumentado? ¿A qué cree que se debe?