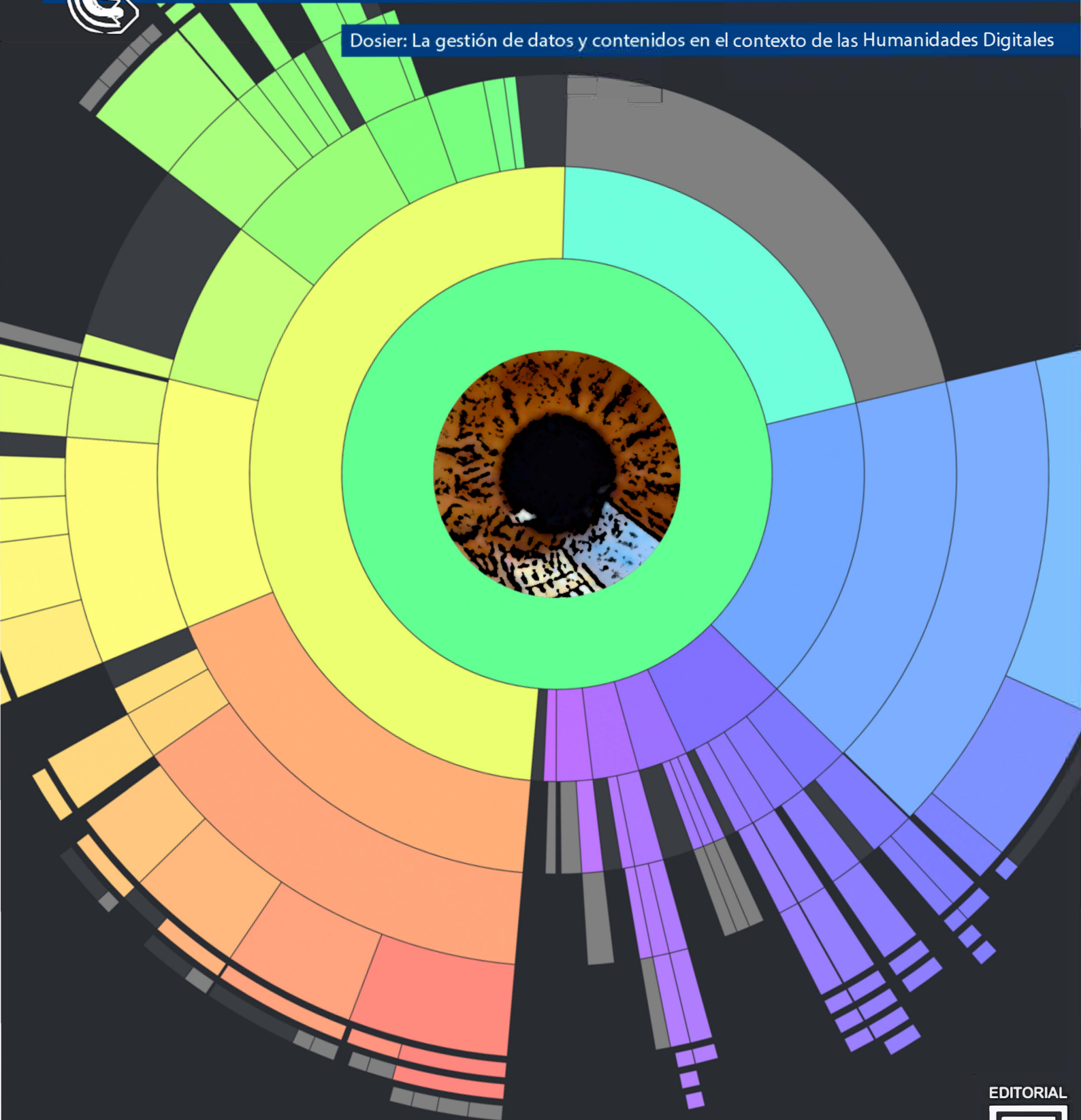


CARAC TERES

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

En este número participan ■ María Álvarez, Pablo Brescia, Rafael Cano Tenorio, Álvaro Cuéllar González, María Isabel Escalas Ruiz, Felipe Fernández García, Myriam Ferreira-Fernández, Candelas Gala, Carmen Gaona-Pisonero, Daniel Herrera Arenas, Anais Holgado Lage, Elena Martínez Carro, Eva Martínez Díaz, David Olay Varillas, Lucas Ramada Prieto, Alexandra María Sandulescu Budea, Alex Saum-Pascual, Ana Sedeño-Valdellós, Olga Taravilla Baquero, Andrea Mediana Téllez Girón, Alberto Venegas Ramos

Dossier: La gestión de datos y contenidos en el contexto de las Humanidades Digitales



Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital

Caracteres es una revista académica interdisciplinar y plurilingüe orientada al análisis crítico de la cultura, el pensamiento y la sociedad de la esfera digital. Esta publicación prestará especial atención a las colaboraciones que aporten nuevas perspectivas sobre los ámbitos de estudio que cubre, dentro del espacio de las Humanidades Digitales. Puede consultar las normas de publicación en la web (<http://revistacaracteres.net/normativa/>).

Dirección

Daniel Escandell Montiel

Editores

David Andrés Castillo | Juan Carlos Cruz Suárez | Daniel Escandell Montiel

Consejo editorial

Robert Blake, University of California - Davis (EE. UU.) | Maria Manuel de Borges, Universidade da Coimbra (Portugal) | Fernando Broncano Rodríguez, Universidad Carlos III (España) | José Antonio Cordón García, Universidad de Salamanca (España) | José María Izquierdo, Universitetet i Oslo (Noruega) | Hans Lauge Hansen, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Mónica Kirchheimer, Universidad Nacional de las Artes (Argentina) | José Manuel Lucía Megías, Universidad Complutense de Madrid (España) | Enric Mallorquí Ruscalleda, California State University, Fullerton (EE. UU.) | Francisca Nogueroles Jiménez, Universidad de Salamanca (España) | Elide Pittarello, Università Ca' Foscari Venezia (Italia) | Fernando Rodríguez de la Flor Adánez, Universidad de Salamanca (España) | Pedro G. Serra, Universidade da Coimbra (Portugal) | Paul Spence, King's College London (Reino Unido) | Rui Torres, Universidade Fernando Pessoa (Portugal) | Susana Tosca, IT-Universitetet København (Dinamarca) | Adriaan van der Weel, Universiteit Leiden (Países Bajos) | Remedios Zafra, Universidad de Sevilla (España)

Consejo asesor

Miriam Borham Puyal, Universidad de Salamanca (España) | Jiří Chalupa, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Wladimir Alfredo Chávez, Høgskolen i Østfold (Noruega) | Sebastián Doubinsky, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Daniel Esparza Ruiz, Univerzita Palackého v Olomouc (Rep. Checa) | Charles Ess, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Fabio de la Flor, Editorial Delirio (España) | Katja Gorbahn, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Pablo Grandío Portabales, Vandal.net (España) | Claudia Jünke, Universität Bonn (Alemania) | Malgorzata Kolankowska, Wyższa Szkoła Filologiczna we Wrocławiu (Polonia) | Beatriz Leal Riesco, Investigadora independiente (EE. UU.) | Juri Meda, Università degli Studi di Macerata (Italia) | Macarena Mey Rodríguez, ESNE/Universidad Camilo José Cela (España) | Pepa Novell, Queen's University (Canadá) | Sae Oshima, Aarhus Universitet (Dinamarca) | Gema Pérez-Sánchez, University of Miami (EE. UU.) | Olivia Petrescu, Universitatea Babeş-Bolyai (Rumanía) | Pau Damián Riera Muñoz, Músico independiente (España) | Jesús Rodríguez Velasco, Columbia University (EE. UU.) | Esperanza Román Mendoza, George Mason University (EE. UU.) | José Manuel Ruiz Martínez, Universidad de Granada (España) | Fredrik Sörstad, Universidad de Medellín (Colombia) | Bohdan Ulašin, Univerzita Komenského v Bratislave (Eslovaquia)

ISSN: 2254-4496



Editorial Delirio (www.delirio.es)

Los contenidos se publican bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 3.0 Unported.

Diseño del logo: Ramón Varela, Ilustración de portada: Daniel Escandell

Las opiniones expresadas en cada artículo son responsabilidad exclusiva de sus autores. La revista no comparte necesariamente las afirmaciones incluidas en los trabajos. La revista es una publicación académica abierta, gratuita y sin ánimo de lucro y recurre, bajo responsabilidad de los autores, a la cita (textual o multimedia) con fines docentes o de investigación con el objetivo de realizar un análisis, comentario o juicio crítico.

Editorial, PÁG. 6

Artículos de investigación

- Una aproximación a la fisonomía del mundo textual: texto, referente y lector. DE ANDREA MEDINA TÉLLEZ GIRÓN, PÁG. 13
- La problemática de la imagen como forma de transmisión histórica en la cultura digital. DE ALBERTO VENEGAS RAMOS, PÁG. 36
- Análisis del nivel de emisión de contenido en las cuentas oficiales de Twitter de los artistas flamencos. DE RAFAEL CANO TENORIO, PÁG. 57
- ¿Es YouTube una nueva esfera digital para leyendas urbanas? La representación de la infancia perturbadora a través del fenómeno cultural de los *Black-Eyed-Kids* (BEKS). DE MARÍA ISABEL ESCALAS RUIZ, PÁG. 88
- Paisaje-cuerpo-música en el videoclip musical y el videoarte actuales. DE CARMEN GAONA-PISONERO Y ANA SEDEÑO-VALDELLÓS, PÁG. 110
- El *souvenir* digital, la memoria en la nube. DE OLGA TARAVILLA BAQUERO, PÁG. 139

Reseñas

- *El español en la red*, de Mabel Giammateo, Patricia Gubitosi y Alejandro Parini (eds.). POR ANAIS HOLGADO LAGE PÁG. 150
- *Narrativas mutantes: anomalía viral en los genes de la ficción*, de Mihai Iacob y Adolfo R. Posada (eds.). POR ALEX SAUM-PASCUAL, PÁG. 163
- *Video Games As Culture. Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*, de Daniel Muriel y Garry Grawford. POR LUCAS RAMADA PRIETO, PÁG. 169
- *Elogio de lo mínimo. Estudios sobre microrrelato y minificción en el siglo XXI*, de Ana Calvo Revilla (ed.). POR PABLO BRESCIA, PÁG. 177
- *Idea súbita. Ensayos sobre epifanía creativa*, de Amelia Gamoneda y Francisco González (eds.). POR CANDELAS GALA, PÁG. 185

Dossier: La gestión de datos y contenidos en el contexto de las Humanidades Digitales

- Los desafíos digitales en el mercado de la traducción. DE MARÍA ÁLVAREZ, PÁG. 193
- La nueva modalidad discursiva en Twitter: el discurso político como ejemplo. DE EVA MARTÍNEZ DÍAZ, PÁG. 216
- Una interpretación digital de dos tragedias lorquianas: *Yerma* y *Doña Rosita la soltera*. DE ELENA MARTÍNEZ CARRO, PÁG. 240
- Cartografía de todo y para todo. La información geográfica en internet. DE DANIEL HERRERA ARENAS, DAVID OLAY VARILLAS Y FELIPE FERNÁNDEZ GARCÍA, PÁG. 268
- La necesidad de la validación cruzada en Stylo y cómo programarla en R. DE ÁLVARO CUÉLLAR GONZÁLEZ, PÁG. 301
- Reputación digital en la gestión de las redes sociales de artes escénicas. DE ALEXANDRA MARÍA SANDULESCU BUDEA, PÁG. 321
- El uso de las tecnologías digitales en los museos españoles: estado de la cuestión. DE MYRIAM FERREIRA-FERNÁNDEZ, PÁG. 343

Petición de contribuciones, PÁG. 368



DOSIER: LA GESTIÓN DE DATOS Y CONTENIDOS EN EL
CONTEXTO DE LAS HUMANIDADES DIGITALES
DOSSIER: DATA AND CONTENT MANAGEMENT WITHIN
THE DIGITAL HUMANITIES

Coord. María Pilar Celma Valero

LOS DESAFÍOS DIGITALES EN EL MERCADO DE LA TRADUCCIÓN

DIGITAL CHALLENGES FOR THE TRANSLATION INDUSTRY

MARÍA ÁLVAREZ

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

ARTÍCULO RECIBIDO: 22-09-2018 | ARTÍCULO ACEPTADO: 23-11-2018

RESUMEN:

Este artículo ofrece un sumario repaso a los desafíos que supone la digitalización en la traducción profesional. Se analizan los canales de comunicación utilizados por los traductores, la gestión del proyecto en entornos virtuales, la cuestión de la traducción automática y la traducción asistida por ordenador junto con los límites cognitivos que presenta la digitalización. No menos importante es esbozar la realidad cotidiana que afrontan los traductores profesionales en un mercado extremadamente competitivo y sin restricciones de entrada.

ABSTRACT:

This paper summarizes most relevant changes and challenges faced by professional translators in a market becoming more and more digitalized. In this sense, a special focus is given to communication channels, virtualized project management involving different stakeholders, machine translation, computer-assisted translation, and cognitive limits posed by current digitalization. And all along, this paper also aims to expose a brief picture of what a day-a-day professional translation in a high demanding and extremely competitive market is.

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital

Vol. 7 (2), 2018: 193-215

ISSN: 2254-4496

<http://revistacaracteres.net>

PALABRAS CLAVE:

Traducción, digitalización, gestión virtual de proyectos, contenidos digitales, comunicación digital

KEYWORDS:

Translation, digitalization, virtual project management, digital contents, digital communication

María Álvarez. Forma parte del departamento de Estudios Románicos, Franceses, Italianos y Traducción de la Universidad Complutense de Madrid. En esa universidad obtuvo su doctorado en Estudios Literarios, así como las licenciaturas en Filología Románica y en Traducción e Interpretación. Además, ha cursado un máster universitario en Estudios de Europa del Este en la Universidad Libre de Berlín y otro en Literaturas Hispánicas en la Universidad Autónoma de Madrid. Compagina sus actividades académicas con la traducción y la interpretación para empresas, instituciones y particulares.

1. Introducción

La traducción como actividad económica y profesional ha dado un giro tangencial desde la introducción de internet y las herramientas de traducción asistida. Esta afirmación, prácticamente un lugar común ya, es válida para muchas otras profesiones, pero particularmente para una actividad eminentemente solitaria, que no hace tanto tiempo requería de máquina de escribir y de muchos diccionarios y que, en la actualidad, ha visto disparado el número de interacciones virtuales entre los distintos participantes en el proceso de producción de cada proyecto. Los traductores se ven confrontados a numerosos retos por la digitalización de su profesión. Las competencias clásicas de un traductor, fundamentalmente lingüísticas, han evolucionado a la par que la tecnología cobraba mayor relevancia, tanto a nivel académico (Veiga Díaz, 2013) como en la práctica profesional, dada la disparidad de formatos con los que trabajan, herramientas y metodologías, hasta el punto de convertirse en requisito indispensable para poder colaborar en muchos proyectos. Por lo tanto, el cambio en la forma de trabajar se ha acompasado, como suele suceder, de importantes desafíos y amenazas para estos profesionales, que, a pesar de todo, siguen ejerciendo su labor, hiperconectados, pero en solitario.

En paralelo, la digitalización de toda la cadena de valor (Abdallah, 2012 en Alonso, 2016) en traducción provoca, en buena medida, que se conculque el principio de confianza entre las partes. Este trabajo pretende explorar los distintos retos de gestión de su actividad a los que se enfrentan los traductores en los nuevos entornos digitales. El análisis propuesto se encuentra determinado

por la creciente complejidad que presenta la gestión de proyectos de traducción y el ejercicio de la profesión en entornos “hipercompetitivos”, como es el mundo laboral digitalizado. La traducción como profesión exige no sólo de una enorme capacidad lingüística, sino también un conocimiento profundo de la realidad socioeconómica que la rodea, y aquí entran conceptos puramente mercantiles, como la rentabilidad, la gestión de riesgos de impagos, fraudes y delictivos, plazos, marco legal, etc. Por ello resulta esencial “conocer bien la realidad profesional de la traducción [que] ayuda tanto al traductólogo para poder ajustar sus conclusiones teóricas a la realidad práctica, como al docente para poder formar mejor a los futuros profesionales de la traducción” (Yuste Frías, 2005: 237). Por lo tanto, el objetivo que se persigue en este trabajo es analizar la transformación de la profesión en los últimos años con vistas a definir mejor la inserción laboral de futuros traductores, una vez abandonen las aulas, sin por ello obviar la problemática generada por la digitalización de la traducción.

2. Los canales de comunicación de los traductores

En nuestros días, la gestión de traducir un texto se desarrolla fundamentalmente por canales digitales, tanto a nivel de asignación y contratación del proyecto como de búsqueda documental en su ejecución. Los traductores perciben internet y las nuevas tecnologías como un aliado (Alonso, 2016), pero también reflejan los enormes retos comunicativos que surgen en su actividad. En este punto, conviene circunscribir las dos vías más frecuentes que tienen los traductores de llegar hasta sus potenciales clientes: las empresas y particulares pueden recurrir directamente a la figura del

traductor mediante listas de traductores, como son en España el listado de intérpretes-traductores jurados, cuyos datos de contacto, si así lo desean, se encuentran disponibles en la web del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Pero lo frecuente es que los clientes contacten con agencias de traducción y estas asignen la traducción a un colaborador autónomo. Las conocidas como agencias de traducción pueden contactar con traductores, pero estos también suelen ofrecer sus servicios e inscribirse en la sección de colaboradores de estas empresas.

Todo el proceso se gestiona principalmente a través del correo electrónico y, ocasionalmente, del teléfono. En un ejemplo típico, el cliente contacta con la agencia, que le remite un presupuesto (la empresa de traducción, a su vez, puede haber pedido a su vez presupuesto a algunos de sus colaboradores o trabajar con tarifas fijas por idioma y especialidad con estos) y el gestor de proyecto asigna la traducción a un traductor. Este esquema no incluye ningún tipo de contacto personal entre sus participantes, que pueden encontrarse muy distantes los unos de los otros, incluso en diferentes continentes. Lamentablemente, se ha vuelto frecuente que algunas agencias acepten primero un proyecto y busquen después a un traductor para realizarlo; es decir, este modo de gestionar el proyecto, en realidad no ofrece garantía al cliente de que la intermediadora cuente con recursos propios – y adecuados – para realizarlo, aunque la agencia asume la supuesta facilidad de conseguirlos. Frecuentemente, el intermediador simplemente remite el texto a traducir, sin las indicaciones paratextuales y contextuales necesarias para que el traductor disponga de todos los datos necesarios. La desconfianza entre el mediador del trabajo y el que finalmente lo realiza prevalece así en sus relaciones de comunicación (Alonso, 2016). En este sentido, la cara oculta de esta digitalización entrañaría un riesgo para el traductor, que puede

verse obligado a aceptar a ciegas un proyecto y cuyos canales de comunicación no son funcionales, puesto que el intermediador se guarda – o incluso desconoce – parte de la información (Alonso, 2016). El traductor ejerce su labor en condiciones subóptimas, al verse frenada la comunicación directa con el usuario final y no disponer del alcance, contexto, finalidad y ámbito de aplicación del texto que va a modelar. Especialmente significativa es esta casuística en la traducción publicitaria donde los aspectos contextuales suelen primar en ocasiones sobre los meramente textuales. El efecto que tiene producir el mensaje es la clave para una buena traducción y no toda la información puede obtenerse meramente del texto que ha facilitado una intermediadora. Además, la propia digitalización de los contenidos publicitarios implica una doble vertiente digital: en el contenido creado directamente para la red y en su difusión en otros idiomas. Al ser susceptibles de traducción, como veremos a continuación, estos contenidos constituyen algunos de los ejemplos que presentan un mayor nivel de complejidad en la comunicación entre mandante y mandatario de traducción (Calvo, 2018)¹.

3. Los portales de traducción: digitalización y globalización del mercado

Cabe reseñar que los portales de traducción, en principio dirigidos a profesionales autónomos y agencias de traducción, han

¹ Calvo (2018) refleja distintos tipos de comunicación e instrucciones que reciben los traductores a la hora de afrontar un encargo, desde la carente de especificaciones explícitas, las instrucciones que recogen los aspectos básicos del trabajo o la compleja que engloba componentes de estilo y terminología según determinado por el cliente final, glosarios o memorias de traducción, entrega del producto final (los archivos “limpios” o “sucios”), normas de calidad aplicadas, etc.

tratado poco a poco de incorporar distintas marcas distintivas como seminarios, glosarios terminológicos, encuentros presenciales, etc., pero su principal enfoque sigue siendo auspiciar los contactos entre traductores y agencias y así, mientras unos incorporan nuevos colaboradores, los otros pueden aumentar su número de clientes. Naturalmente la relación no siempre es equitativa ni equilibrada. Estos portales ofrecen la posibilidad de publicar ofertas de proyectos de traducción, que o bien están en curso de oferta o licitación o bien ya han sido aceptadas por la agencia en cuestión y está a la busca de traductor. Al tener miembros a escala global, las posibilidades de reducir costes y encontrar el traductor más barato también aumentan. Si bien los traductores pueden contactar con agencias de todo el mundo, lo contrario es también cierto y la competición no siempre va mediada en términos de calidad y cualificación, sino que el precio es un factor importante y muchas veces, determinante. A través de estos portales, también es posible contactar masivamente a un grupo de traductores de un par lingüístico concreto, en muchas ocasiones esto significa ir a la caza del mejor postor: el que acepte el menor precio. Los traductores que mantienen sus perfiles en estos portales conocen bien el significado de *best rate* (pseudotraducido como “mejor tarifa”) como sinónimo de tarifa irrisoria.

La globalización de la actividad ha permitido que el acceso a proveedores de servicios lingüísticos se agrande a todo el mundo. Aumentan los clientes potenciales, pero también los competidores. Y la competición no siempre se da en condiciones de mercado equivalentes o asumibles por los participantes. En efecto, uno de los problemas que encuentran los profesionales es la gestión de sus tarifas, establecidas en función de sus costes, de vida y fiscales. Al igual que en otros sectores, estos costes varían de país a país. Pero aquí el traductor es una microempresa que tiene que gestionar todo

su proceso productivo y, aunque posible, su deslocalización, al integrar en su persona producción, gerencia y vida personal, es más complicada. Por lo tanto, un traductor establecido en un país X con fuertes costes de vida e impositivos no siempre puede competir equitativamente con un traductor de un país Y con menores costes de vida y fiscales, siempre que el nivel de competencia lingüística fuese equivalente. Sería interesante en este sentido, investigar entre clientes finales las razones que les impulsan a elegir un profesional u otro (precio, localización, calidad percibida, disponibilidad, etc.). Este parámetro no afecta del mismo modo a todos los traductores, obviamente el caso de idiomas con una fuerte presencia y demanda a escala mundial, como el inglés o el español, suele ser el más susceptible de experimentar este tipo de competencia. Máxime, con la disparidad de países y husos horarios donde se localizan traductores de estos idiomas. Queda la cuestión, cuanto menos espinosa, de la localización lingüística. ¿Puede un traductor radicado en América Latina verter un texto al español que sea percibido en perfecto castellano de Valladolid, en el que un receptor en España no perciba ningún localismo? ¿O viceversa, un traductor peninsular puede componer un texto local para México? Aquí incide la localización del contenido al contexto en que se va a usar. Un texto excesivamente técnico no es tan susceptible de contener matices que precisen un afinado localista, mientras que en el ámbito publicitario o artístico es imprescindible. En el caso del español, se ha popularizado entre las agencias de traducción, particularmente estadounidenses, conceptos cuestionables como el “español internacional” con visos de incluir todas las variantes en un único formato lingüístico. Se pueden encontrar incluso ejemplos no tan recientes en este sentido, como los doblajes de películas o dibujos animados efectuados en México, que deslavaban los localismos, creaban una especie de acento neutro para toda América Latina y

España, pero no conseguían desteñir del todo algunos modismos, como el verbo “platicar” o el famoso “emparedado” de la serie infantil *El Oso Yogui*, cuando lo corriente en la España de entonces es que los niños lo llamasen bocadillo y los adultos incluso se decantasen por el término sándwich. Resulta contradictorio el afán por vender productos a todos los millones de hispanohablantes sin tener en cuenta sus peculiaridades locales.

Volviendo al intrincado asunto de la competencia, resulta obvio que la digitalización de la profesión ha acarreado una “hipercompetencia”, como ya se ha dicho no siempre basada en mejores aptitudes o calidad. Con la excepción de la traducción jurada, se trata de una profesión desregularizada, las restricciones estarían en principio fomentadas en el dominio de al menos dos lenguas y la habilidad o posibilidad de conectar con potenciales clientes. No se exige titulación a la hora de contactar con potenciales clientes, aunque exista una, ni certificación, por mucho que haya una pléyade de instituciones dispuestas a otorgar algunas más o menos reconocidas², con la notable excepción de la traducción jurada, que sí bien antes era requerimiento para presentar cualquier documento traducido, actualmente algunas instituciones en España empiezan a aceptar traducciones simples. La evaluación del proveedor lingüístico suele correr a cargo de la agencia, que, en muchos casos, no cuenta con los medios necesarios, como son evaluadores de ese par lingüístico, para llevarla a cabo correctamente. El acceso abierto a la profesión, que permite una entrada sin trabas a numerosos intrusos, no es una problemática nueva y afecta a todos los traductores profesionales,

² Los propios portales de traducción han desarrollado sus propias certificaciones, más o menos aceptadas y conocidas. En otro ámbito, la ATA (*American Translators Association*) también otorga la suya. También existe la norma UNE 15038:2006 para la prestación de servicios de traducción.

que pueden ver cuestionado su trabajo, por clientes insatisfechos que han recurrido a personas sin las aptitudes mínimas para ejercerla. Muchas veces se incide en el calificativo *profesional* asociado a traductor para establecer claramente una diferenciación con personas que recurren a traducir como ingreso extra o de manera más aficionada.

La digitalización también entraña un riesgo en lo referido a la sustracción y usurpación de identidad. De hecho, muchos traductores no dudan en colgar su currículum en los portales de traducción o en sus propias páginas web, que pueden ser robados para presentarlos por terceros ante agencias de traducción. La gestión de la identidad digital e impedir este tipo de delitos y fraudes constituye un enorme reto para un traductor, ya que puede sufrirlo, sin tener ninguna constancia del mismo, y si el usurpador está muy alejado geográficamente, una denuncia puede no bastar para detener la apropiación de identidad personal y profesional.

Asimismo, muchas agencias de traducción piden a los traductores, estén o no en su base de proveedores habituales, sus credenciales para presentarse a concursos para servicios lingüísticos externos de organismos internacionales, como suelen ser los de la Unión Europea, donde se exige que los profesionales con los que trabaje la intermediadora tengan un perfil acreditado en competencia (titulación oficial) o experiencia (años en la profesión o número de palabras traducidas). Este último punto suele ser difícil de demostrar, ya que la mayoría de los traductores trabaja con compromisos de confidencialidad o bien resulta incómodo pedir un certificado que demuestre el número de palabras traducidas por cuenta de un determinado intermediador para que surta efecto para un tercero. Pero el riesgo para el traductor que accede a colaborar con una agencia en este tipo de licitación es que, una vez conseguida, nada le garantiza que le asignen el trabajo. La agencia

bien podría asignarlo a otro traductor, generalmente más económico, aunque no tenga las cualificaciones requeridas. Este tipo de fraude también es complicado de detectar para el traductor; si bien, después de conocerse el resultado de la licitación, siempre puede preguntar a la adjudicataria a la que ha proporcionado sus datos si esos hipotéticos encargos van efectivamente a materializarse. Las agencias suelen solicitar los currículos, pero pueden mostrarse más reticentes a la hora de suscribir con el traductor un compromiso de asignación de traducciones si resultan ganadoras del concurso.

En definitiva, la desconfianza entre traductores e intermediadores se asienta irremediabilmente en la gestión del proyecto, especialmente en las múltiples y nuevas relaciones entre unos y otros que se establecen virtualmente; por eso, se recomienda tomar precauciones cuando se contacte con una nueva agencia, en cuanto a la información que proporcionan las personas de contacto como en las garantías de pago. Toda empresa tiene como objetivo ganar dinero, sin embargo, existen distintas maneras de conseguir este propósito y, por su parte, un traductor a la búsqueda de clientes no siempre tiene las herramientas ni la información necesarias para decidir si colaborar o no con una determinada agencia o cliente³.

4. Las restricciones cognitivas de la tecnología y la digitalización

La vertiente humana en la fiabilidad de la elección terminológica puede verse afectada, cuando no reducida, por el

³ Los portales de traducción tienen bases de datos donde las agencias son puntuadas en función de su fiabilidad de pago y su gestión de proyectos.

componente tecnológico (Pym, 2011). Por lo que memorias de traducción y automatización de procesos no implicarían mayor eficiencia, sino una simplificación, que acortaría el proceso de elegir un término de la lengua de origen a la de destino, pero no sería equivalente a una *mejor* elección:

Technology does not necessarily make things better or more efficient. Just as the internal combustion engine created traffic jams, if not global warming, so translation memories, along with machine translation engines and quick online documentation, can extend the list of alternatives only to impede efficiency in selection, undercutting intuition (Pym, 2011: 2).

Hasta hace poco la entrega de los archivos denominados “bilingües” y “limpios” (o traducidos)⁴ suponía un requerimiento de las agencias de traducción para generar memorias de traducción a partir de los textos. Con la aparición de la posibilidad de guardar contenidos en la nube, muchas agencias y empresas con grandes volúmenes de traducción han desarrollado sus propios programas de traducción asistida y las memorias se generan y se almacenan directamente en este enorme depósito virtual. Internet ha pasado a convertirse también en una biblioteca digital de archivos. Por otra parte, los intercambios de archivos, generalmente en forma de procesadores de texto, que predominaban para transmitir un texto a traducir y entregar la versión traducida, a través de protocolos de transferencia de archivos o simplemente como adjuntos al correo electrónico, conviven con las traducciones que se efectúan

⁴ Sucedió por ejemplo en 2009 con las versiones de un famoso programa de traducción asistida que ofrecía la posibilidad de “limpiar” el archivo para generar el archivo final en lengua de destino. Se eliminaban así los códigos ocultos que utilizaba el programa en la versión bilingüe. Actualmente se generan dichos archivos directamente con una función incorporada dentro del propio programa que ya no se denomina así. El referirse a archivo “limpio” ha permanecido en el lenguaje de la profesión para referirse al texto traducido.

directamente en las plataformas que ponen en marcha las empresas, conectándose al área de traductores o proveedores. Esto es importante, ya que, si el traductor traduce directamente en una de estas plataformas y no hace copia en otro archivo, pierde de alguna manera el contenido que ha creado. La digitalización no afecta únicamente a la comunicación sobre el encargo entre clientes finales, intermediarios y profesionales, sino que se acompaña de una digitalización del proceso cognitivo de traducir. La velocidad de transmisión del texto traducido se ve notablemente incrementada, no hace falta tomar un archivo de texto para pasarlo a un gestor de contenidos de páginas web, por ejemplo, sino que se efectúa directamente. Este punto afecta al otro gran caballo de batalla de tantos traductores: los plazos de entrega. Al igual que sucede con las tarifas no es algo nuevo, pero la digitalización auspicia unos plazos cada vez más ajustados, sobre todo por la velocidad en la transmisión, la supuesta mejora del rendimiento de la traducción asistida y la posibilidad de traducir directamente a través de gestores de contenidos. Sin duda, cabe también preguntarse en qué medida este solapamiento o fusión de las distintas etapas de tratamiento de un proyecto no enturbia la tarea creativa de pasar un texto de un idioma a otro. A ello, hay que añadir que el concepto de texto se transforma hasta convertirse en un hipertexto digitalizado que engloba múltiples elementos, no exclusivamente textuales, que dan lugar a una enorme complejidad:

la gran riqueza del hipertexto reside precisamente en ser, ante todo, un soporte multimedia que permite acceder tanto a informaciones textuales como a imágenes (fijas o móviles) y sonido, permitiendo la emergencia de nuevas formas de expresión que combinan todos esos elementos hasta ahora separados. Ahora más que nunca, el texto ya no existe ni se presenta solo, sino que siempre viene acompañado de paratexto. (Yuste Frías, 2005a: 69)

La inclusión de todos estos elementos paratextuales hace que un traductor, o (tele)traductor según Yuste Frías (2005), se convierta en la translación de realidades culturales centradas en la difusión de un mensaje hipertextual a través de internet. La traducción o incluso adaptación de páginas web ha llevado a la traducción a ampliar la transformación del propio texto traducido. El carácter no definitivo del texto traducido (Yuste Frías, 2005) se vuelve incluso más certero para el hipertexto digital; las traducciones en línea se van modificando sucesivamente, de acuerdo a la evolución de la propia página web. La traducción de la parte puramente textual nunca termina y, además, al igual que ocurre en el subtítulo, está más que nunca sometida a la parte icónica, ambas fusionadas. Así, el texto debe ocupar un determinado espacio en el gestor de contenidos multimedia para permitir esa coexistencia con la imagen, el traductor debe limar su elección lingüística hasta adaptarla con el diseño general de la página, por ejemplo, para no superar determinado número de palabras, que se sitúan en el recuadro de una imagen publicitaria situada en la sección superior, conocidos como *banner*, en que no se debe perder el efecto visual de este tipo de mensaje. Tradicionalmente se ha aceptado que el texto traducido implica un mayor número de palabras que el original; por tanto, la creatividad que debe desplegar el traductor en el sentido de acoplar su texto traducido a las disposiciones visuales linda directamente con la creación de contenidos. Más que traducción, su labor se concentra en recreación de impacto publicitario, un servicio que vienen añadiendo muchos traductores a su oferta, conocido como *transcreation* (o transcreación). Tanto textos traducidos como transpuestos o transcreados son susceptibles de modificarse con cierta frecuencia, conforme a las necesidades de diseño y estrategia de promoción de la página. Pocas veces el texto traducido ha tenido

una transformación tan infinita, ya que desde la ejecución de la misma traducción queda patente y asumido que va a ser posteriormente cambiada. Al texto traducido le sobreviene una manipulación constante, muchas veces ajena al propio traductor. Caen todos los límites, si es que alguna vez los hubo, en cuanto a la fijación de la traducción en el tiempo e incluso en el texto⁵.

En otro orden de cosas, destacan las estrategias publicitarias de los profesionales, de las que sobresale, además del precio, el intento de incidir en el concepto de calidad. Sin embargo, triste es, pero en muchas ocasiones, especialmente en la traducción técnica, que supera en volumen a la literaria, el destinatario final suele asumir sin más la calidad. Muchas veces, este destinatario carece de elementos para poder discernir la competencia de los distintos traductores o agencias que conforman el mercado; por otra parte, el término de servicios profesionales implica en sí mismo que se contrata un servicio que se hace responsable de la calidad. Por lo tanto, la asunción de esa calidad no es en sí un factor diferenciador en el mercado virtual de la traducción, además de que la ética profesional debería llevarla aparejada. No siempre es así. La contienda que se libra en el mundo virtual de los traductores gira alrededor de las tarifas, plazos y disponibilidad inmediata. Si el único valor es el precio, digitalizada o no, la traducción pierde su valor añadido, ya que actualmente la traducción automática como se describe a continuación puede percibirse como una amenaza para los traductores.

Asumir grandes volúmenes a traducir en menor tiempo, o con plazos extremadamente ajustados, parece otra táctica para atraer

⁵ Se conserva el término de texto para marcar la diferencia frente a la noción de imagen, por mucho que actualmente el papel haya perdido su relevancia como soporte y se traduzcan multitud de textos directamente sobre el soporte digital.

clientes. Las memorias de traducción y la traducción asistida por ordenador servirían para potenciar este acortamiento del tiempo de traducción, en detrimento muchas veces de la calidad lingüística, si bien muchas veces son útiles para fijar una consistencia lingüística, particularmente en textos muy especializados, en los que es necesario mantener la coherencia terminológica.

No se trata tanto de oponerse al avance tecnológico, como a saber utilizarlo beneficiosamente. Evidentemente, los traductores han ganado velocidad con las consultas en línea en lugar de recurrir a materiales en papel. Pero no pueden fiarlo todo a la abundancia de recursos disponibles en internet. El grado de especialización sigue siendo necesario. Pongo un ejemplo, en la traducción de un texto muy especializado (como ensayos clínicos, autos judiciales, estados financieros consolidados, etc.), obviamente en internet pueden encontrarse algunos modelos, un traductor no especializado podría utilizarlos para documentarse y seguramente un traductor principiante *debería* adquirir cierto grado de especialización, consultando materiales, entre otras estrategias, antes de lanzarse a traducir textos muy técnicos. No obstante, la percepción de poder documentarse sobre todo en todo momento juega en contra de los traductores que han adquirido su especialización a través de estudios complementarios o años de ejercicio en un dominio concreto. Los riesgos pueden ser múltiples. Baste pensar en un prospecto de un medicamento o en el manual de instrucciones de un equipo hospitalario, ejemplos donde se da una auténtica necesidad de garantizar la calidad del texto traducido, puesto que un error en el texto podría conllevar una posología errónea del fármaco o una instalación deficiente del instrumental quirúrgico, por llevar el ejemplo a casos muy graves. La especialización no se consigue únicamente consultando documentos paralelos en internet, sino que es una labor de tesón, en la que, por supuesto, esta

consulta es importante, como también lo es asistir a seminarios o cursos sobre ese campo, la literatura especializada, consultar a especialistas y, a la postre, traducir un gran número de material de esa área en concreto, que permiten adquirir, en definitiva, dicha especialización. Por lo tanto, no hay que olvidar que se trata de un proceso gradual y que, además, combina formación (académica o no) y búsquedas digitales.

5. La traducción automática: *friend or foe?*

Para entrar en materia de este apartado, nada mejor que recordar sabios conceptos sobre la traducción:

Traducir es siempre manipular porque ninguna (re)escritura es inocente. El traductor manipula, dirige al receptor en una u otra dirección, y, por lo tanto, su supuesta invisibilidad resulta ser la más grande de las falacias. El traductor no es, no puede ser invisible por mucho que a las grandes compañías internacionales les convendría que lo fuera siempre, hasta el punto de no existir y dejar así que las traducciones se realicen de forma automática, sin pagar nada a nadie. Resulta obvio pues que cualquier reflexión teórica sobre la traducción debe plantearse desde posiciones epistemológicas bien definidas que, en la era digital de la traducción, parecen encontrar más de un apoyo fundamental en las bases filosóficas renovadoras, transversales y transgresoras de la desconstrucción. Desconstruir no es destruir, deshacer o abandonar, sino analizar las estructuras sedimentadas que forman un determinado elemento discursivo. (Yuste Frías, 2005a: 60)

En caso de la traducción automática, el texto traducido se produce sin intervención del traductor. El proceso de automatización se revela autor y obra, y excluye completamente al componente humano; concede a la máquina una capacidad

cognoscitiva. No es de extrañar entonces que, al igual que sucede en otros campos, los traductores se sientan amenazados por esta digitalización de lo que hasta hace poco era su prerrogativa única: la posibilidad de llevar un mensaje de una lengua a otra, es decir transponer realidades⁶. Como muestra Tertoolen (2012), la traducción automática no ha nacido con internet, ni mucho menos, pero herramientas como el archiconocido traductor de Google, lanzado en 2006, han disparado su uso. El temor a que la automatización digital destruya la labor humana comenzó en el mundo de la traducción mucho antes de que sonaran las alertas para todo tipo de profesiones que proliferan hoy en día en la prensa. Baste recordar que los modelos de traducción automática (TA) se han perfeccionado, desde los incipientes basados en normas, pasando por la estadística hasta llegar actualmente a la neuronal⁷.

Para establecer la diferencia entre la TA y la traducción asistida por ordenador (TAO) se recurre a la propuesta por Arevalillo Doval, en la que “la traducción asistida busca reaprovechar materiales validados y automatizar las tareas repetitivas basadas en dicho reaprovechamiento; la traducción automática, en cambio, busca sustituir al traductor humano” (Arevalillo Doval, 2012:181). La sustitución de lo humano por la máquina es un temor palpable en las sociedades posindustriales. La distinción entre reemplazar a un operario por una máquina y a un traductor por un sistema de TA radica en el carácter manual de una tarea frente a la labor cognitiva de la otra. Si hasta ahora, las profesiones llamadas intelectuales parecían preservadas de este

⁶ Comúnmente se ha considerado la traducción como un puente de comunicación, sin embargo, es una propuesta demasiado simplificadora, ya que traducir no supone meramente reescribir un texto original de una lengua en otra como si se hubiera escrito directamente en la lengua de llegada (Yuste Frías, 2005). Traducir también implica conocer y reconocer lo foráneo y apreciarlo.

⁷ Para profundizar en los diferentes sistemas de TA se puede ver Tertoolen (2012).

riesgo, ya sabemos que no es así, incluso afecte a profesiones no manuales como periodistas o abogados, entre muchas otras. Arevalillo Doval (2012) subraya también las oportunidades que surgen de la TA, especialmente en la posesición de contenidos. En los foros de traductores no era ni es infrecuente encontrar entradas que expresan la ambigua situación de los traductores frente a la TA y la temible suposición de que, en un futuro, acabe con la profesión, incluso se aboga en contra de la posesición, por la cantidad de trabajo adicional que representa frente a la revisión de un texto escrito por un humano, o que a los traductores no les quede más remedio que convertirse en poseedores. Conviene distinguir la revisión en el sentido tradicional utilizado en traducción de la posesición (Arevalillo Doval, 2012), la especificidad de la posesición no permite fácilmente su inclusión en materia curricular, ya que está sujeta al tipo de TA aplicada. Resulta esencial distinguir la una de la otra, posesición no es traducción. Si muchos traductores se ven constreñidos o no a reciclarse en poseedores de contenido generados por las máquinas está por ver. No es una cuestión baladí y naturalmente todo futuro traductor debe tomar en cuenta los inmensos cambios y caminos que está tomando la profesión antes de adentrarse en ella. Uno de ellos es gestionar todo lo que hay detrás de la TA. A ello se dedican muchos traductores reconvertidos en poseedores y neurolingüistas. Los más puristas objetarán que gestionar las cantidades ingentes de datos que construyen los sistemas de TA tampoco es traducción y, posiblemente, tengan razón. Sin embargo, no deja de ser una vía profesional para muchos traductores y, sobre todo, hace que la figura del lingüista salga de las aulas y aparezca en el mundo empresarial, ya que son precisamente grandes compañías tecnológicas y de comercio electrónico, como Google, Amazon, eBay, Facebook, etcétera las que demandan este tipo de perfil. Que

la TA sea un enemigo destructor de empleo o transformador del trabajo lingüístico depende del enfoque que cada traductor o lingüista decida adoptar, muchas veces muy a su pesar.

6. Conclusiones

La traducción es una actividad que ha experimentado una ferviente digitalización, en la que los distintos participantes de la cadena de valor participan de manera desigual y con mayor o menor acceso a la información. Los retos presentes en el ejercicio de esta profesión se han visto amplificadas por esta creciente tendencia, en sus aspectos tanto positivos, que atañen a la búsqueda de materiales de referencia y acceso a potenciales clientes, como negativos.

En efecto, la digitalización ha catalizado una “hipercompetitividad” del mercado, pasando del contacto local al global, y un acceso, ya de por sí desregulado, totalmente abierto a llamarse traductor, no siempre amparado ni refrendado por la cualificación ni la habilidad; incluso, a veces, con una desigualdad de entrada en los costes de establecimiento como traductor. Además, dos cuestiones conflictivas y preexistentes a este fenómeno, como son los plazos de ejecución del trabajo y la sempiterna presión sobre las tarifas, se han visto magnificadas con la virtualización del mercado de la traducción. Sin olvidar un punto esencial, como es que el producto de todo este proceso, que no es otro que el texto traducido, ya de por sí sensible a la transformación y reelaboración, se ve sujeto a una mutación permanente y escapa muchas veces de la mano del propio iniciador, que no es otro que el traductor.

El papel, como soporte documental del texto a traducir, no sólo ha perdido relevancia, sino que los propios contenidos digitales, directamente creados en y para la red, ocupan un lugar destacado entre los proyectos de traducción. Creación, traducción y gestión de contenidos difuminan sus barreras funcionales y se integran muchas veces en una sinergia profesional, donde resulta más complejo establecer patrones claros entre los roles de traductores, correctores, redactores y gestores. Textos e hipertextos digitales, además, que muchas veces pierden su relevancia en pos de lo icónico y cuya existencia viene supeditada a un acompañamiento de la imagen. Sin embargo, la hiperconexión y la multiplicidad de canales comunicativos no despeja la desconfianza entre los participantes del proceso, con una comunicación de información distorsionada por la calidad de los datos de los que disponen los distintos actores y que no se transmiten a toda la cadena de participantes.

La digitalización, por otra parte, no ha variado una característica intrínseca de esta profesión en la que, para hallar la palabra adecuada, se necesitan dosis ingentes de intentos frustrados por encontrarla, realizados en la soledad de las horas no ya frente al papel, sino al ordenador y sin más compañía que los dispositivos móviles y una conexión a internet.

7. Bibliografía

Alonso, Elisa (2016). “Conflict, opacity and mistrust in the digital management of professional translation projects”. *Translation & Interpreting* 8 (1). <<http://www.trans->

int.org/index.php/transint/article/view/497>. pp. 19 – 29. (05-09-2018).

Arevalillo Doval, Juan José (2012). “La traducción automática en las empresas de traducción”, *Revista Tradumàtica: tecnologies de la traducció* 10. <<https://revistes.uab.cat/tradumatica/article/view/n10-arevalillo-doval>>. pp. 179 – 184. (08-09-2018).

Calvo, Elisa (2018). “From translation briefs to quality standards: Functionalist theories in today’s translation processes”. *Translation & Interpreting* 10 (1). <<http://www.trans-int.org/index.php/transint/article/view/639>>. pp. 18 – 32. (08-09-2018).

Pym, Anthony (2011). “What technology does to translating”. *Translation & Interpreting* 3 (1). <<http://www.trans-int.org/index.php/transint/article/view/121/81>>. pp. 1 – 9. (08-09-2018).

Tertoolen, Rosanne Caroline (2012). “Desarrollos en la traducción automática: esperando aún una traducción de alta calidad”. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital* 1 (2). <<http://revistacaracteres.net/revista/vol1n2noviembre2012/desarrollos-en-la-traduccion-automatica-esperando-aun-una-traduccion-de-alta-calidad/>>. pp. 141 – 147. (08-09-2018).

Veiga Díaz, María Teresa (2013). “La formación especializada en el nivel de posgrado en España: másteres y doctorados en traducción con componente tecnológico”. *Tradumàtica: tecnologies de la traducció* 11. <<https://ddd.uab.cat/record/115163>>. pp. 313 – 325. (08-09-2018).

- Yuste Frías, José (2005a). “Desconstrucción, traducción y paratraducción en la era digital”. Ed. José Yuste Frías y Alberto Álvarez Lugris. *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión*. Vigo: Universidade de Vigo. pp. 59 – 82.
- Yuste Frías, José (2005b). “Verdades de Perogrullo (y otras) para una iniciación a la traducción profesional”. Ed. José Yuste Frías y Alberto Álvarez Lugris. *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión*. Vigo: Universidade de Vigo. pp. 237 – 255.

Este mismo texto en la web

<http://revistacaracteres.net/revista/vol7n2noviembre2018/traduccion>

{CARAC TERES}

Estudios culturales y críticos de la esfera digital

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital es una publicación académica independiente **en torno a las Humanidades Digitales** con un reconocido consejo editorial, especialistas internacionales en múltiples disciplinas como consejo científico y un sistema de selección de artículos de doble ciego basado en informes de revisores externos de contrastada trayectoria académica y profesional. **El próximo número (vol. 8 n. 1, mayo 2019) está abierto a la recepción de colaboraciones.**

Los temas generales de la revista comprenden las disciplinas de Humanidades y Ciencias Sociales en su mediación con la tecnología y con las Humanidades Digitales. **La revista está abierta a recibir contribuciones misceláneas dentro de todos los temas de interés para la publicación.**

La revista está abierta a la recepción de artículos todo el año, pero hace especial hincapié en los tiempos máximos para garantizar la publicación en el número más próximo. Puede consultar las normas de publicación y la hoja de estilo a través de la sección específica de la web <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. Para saber más sobre nuestros objetivos, puede leer nuestra declaración de intenciones. **La recepción de artículos para el siguiente número se cerrará el 15 de marzo de 2019** (las colaboraciones recibidas con posterioridad a esa fecha podrían pasar a un número posterior). Los artículos deberán cumplir con las normas de publicación y la hoja de estilo. Se enviarán por correo electrónico a articulos@revistacaracteres.net.

Caracteres se edita en España bajo el ISSN 2254-4496 y está recogida en bases de datos, catálogos e índices nacionales e internacionales como **ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier o DOAJ. Puede consultar esta información en la sección correspondiente de la web <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

Le agradecemos la posible difusión que pueda aportar a la revista informando sobre su disponibilidad y periodo de recepción de colaboraciones a quienes crea que les puede interesar.

PETICIÓN DE CONTRIBUCIONES – CALL FOR CONTRIBUTIONS

Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital is an independent **journal on Digital Humanities** with a renowned editorial board, international specialists in a range of disciplines as scientific committee, and a double blind system of article selection based on reports by external reviewers of a reliable academic and professional career. **The next issue (vol. 8 n. 1, May 2019) is now open to the submission of contributions.**

The general topics of the journal include the disciplines of Humanities and Social Sciences in its mediation with the technology and the Digital Humanities. **The journal is now open to the submission of miscellaneous contributions** within all the relevant topics for this publication.

While the journal welcomes submissions throughout the year, it places special emphasis on the advertised deadlines in order to guarantee publication in the latest issue. Both the publication guidelines and the style sheet can be found in a specific section of our webpage <<http://revistacaracteres.net/normativa/>>. To know more about our objectives, the declaration of principles of the journal can be consulted. **The deadline for the reception of papers is March 15th, 2019** (contributions submitted at a later date may be published in the next issue). Articles should adhere to the publication guidelines and the style sheet, and should be sent by email to articulos@revistacaracteres.net.

Caracteres is published in Spain (ISSN: 2254-4496) and it appears in national and international catalogues, indexing organizations and databases, such as **ESCI, ERIH Plus, Latindex, MLA**, Fuente Académica Premier or DOAJ. More information is available in the website <<http://revistacaracteres.net/bases-de-datos/>>.

We appreciate the publicity you may give to the journal reporting the availability and the call for papers to those who may be interested.



Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital



<http://revistacaracteres.net>

Noviembre de 2018. Volumen 7 número 2
<http://revistacaracteres.net/revista/vol7n2noviembre2018>

Contenidos adicionales

Campo conceptual de la revista Caracteres
<http://revistacaracteres.net/campoconceptual/>

Blogs

<http://revistacaracteres.net/blogs/>

Síguenos en

Twitter

http://twitter.com/caracteres_net

Facebook

<http://www.facebook.com/RevistaCaracteres>