

TRADUCIÓN & PARATRADUCIÓN



Colección dirixida por
José Yuste Frías e Alberto Álvarez Lugo

SERVIZO DE PUBLICACIÓNS DA UNIVERSIDADE DE VIGO

Nº 1

José Yuste Frías e Alberto Álvarez Lugo
[eds.]

Estudios sobre traducción : teoría, didáctica, profesión / José Yuste Frías, Alberto Álvarez LUGRÍS (eds.)

Vigo : Universidade de Vigo, Servizo de Publicacións, D.L. 2005
278 p. ; 24 cm. – (Traducción & Paratraducción ; 1)

D.L. VG. 553-2005 – ISBN 84-8158-290-5

I. Traducción I. Yuste Frías, José, ed. lit. II. Álvarez LUGRÍS, Alberto, ed. lit.
III. Universidade de Vigo. Servizo de Publicacións, ed.

82.035

© Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, 2005
© José Yuste Frías e Alberto Álvarez LUGRÍS, 2005
1ª edición: 2005

Edición
SERVIZO DE PUBLICACIÓN S DA UNIVERSIDADE DE VIGO
Campus Universitario • 36310 Vigo
Tel.: 986 812 235 – Fax: 986 813 919

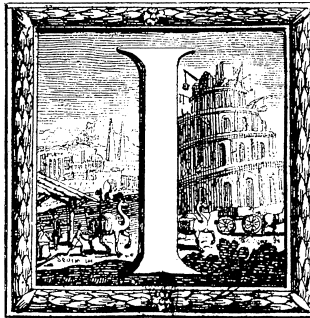
Deseño e maquetación
Xosé L. Vázquez

Imprime
TÓRCULO ARTES GRÁFICAS, S.A.
ISBN Colección: 84-8158-289-1
ISBN Volume 1: 84-8158-290-5

Dep. Leg.: VG-553-2005

Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión

José Yuste Frías
Alberto Álvarez Lugrís
[eds.]



Letras iniciales, Jean DOLIVAR. Letra inicial I orlada e historiada: construcción de la torre de Babel (Francia, siglo XVIII) © BnF

Colección TRADUCCIÓN & PARATRADUCCIÓN
SERVIZO DE PUBLICACIÓNS DA UNIVERSIDADE DE VIGO
2005

ÍNDICE

Presentación

- 9 *Un ABC paratraductor: teoría, didáctica, profesión.*

Teoría

- 21 *Niveles de teorización en traducción: la transición entre teoría y práctica*
Rosa Rabadán Álvarez
- 35 *El futuro de la enseñanza de la traducción y la pedagogía deconstructivista*
M.^a Carmen África Vidal Claramonte
- 43 *Recorrido interpretativo y traducción: una estrategia holística*
Mercedes Tricás Preckler
- 51 *O papel da tradutoloxía na formación de tradutores*
Alberto Álvarez Lugrís
- 59 *Desconstrucción, traducción y paratraducción en la era digital*
José Yuste Frías

Didáctica

- 85 *Actualización de parámetros en la enseñanza de la traducción o de cómo Polifemo aprendió a usar el caleidoscopio*
Ricardo Muñoz Martín
- 97 *Parámetros profesionales en la didáctica de la traducción científica y técnica*
Maribel Tercedor Sánchez
- 113 *Reflexiones pedagógicas en torno a la enseñanza de la traducción especializada*
Susana Cruces Colado
- 123 *Competencia traductora y objetivos de aprendizaje: la cultura, punto de partida*
Rosa Agost Canós
- 131 *Ó redor da competencia tradutora*
Alberto Álvarez Lugrís
- 147 *Didáctica de la traducción inversa español-francés: el fin justifica los medios*
José Yuste Frías

Profesión

- 173 *Servizos de Normalización Lingüística e ferramentas de apoio á tradución cara á lingua galega*
Ana Luna Alonso
- 197 *La dimensión tecnológica de la traducción para el doblaje*
Patrick Zabalbeascoa
- 213 *El componente no verbal de los textos audiovisuales: la incidencia del código de movilidad en la traducción*
Frederic Chaume Varela
- 237 *Verdades de Perogrullo (y otras) para una iniciación a la traducción profesional*
José Yuste Frías

Bibliografía citada

PROFESIÓN



Verdades de Perogrullo (y otras) para una iniciación a la traducción profesional

■ José Yuste Frías

UNIVERSIDADE DE VIGO

Perdone el lector la posible necesidad o simpleza de las líneas que van a seguir pero he considerado oportuno escribirlas ya que las verdades de la traducción profesional parecen resultar a veces certezas no tan notoriamente sabidas, ni mucho menos adecuadamente valoradas, como cabría esperar en los espacios universitarios dedicados a la enseñanza de la traducción. Permítaseme introducir este capítulo con la primera de las verdades de Perogrullo: la traducción es, ante todo, una práctica profesional remunerada. Por supuesto que se puede traducir *gratis et amore* (algunos lo seguimos haciendo cuando las circunstancias se presentan) pero, generalmente, se traduce para ganar dinero. Nuestros estudiantes cursan la carrera de Traducción e Interpretación con vistas a ejercer una profesión y poder vivir de ella.

1. La Universidad y la realidad profesional de la traducción

Al ser la traducción no sólo un *proceso* económico sino todo un *producto* de consumo, los factores empresariales de rentabilidad, plazos y demás, se imponen sobre otro tipo de consideraciones teóricas cuando se trata de la calidad de la traducción. Cualquiera que alguna vez haya practicado el ejercicio profesional de la traducción sabe perfectamente que la traducción idónea es aquella que cumple con las propias exigencias comunicativas exigidas por el cliente y/o iniciador, ya que si no las cumple, no es que se convierta en una traducción más o menos «adecuada» o «aceptable» sino que, simplemente, puede no llegar a existir nunca o, mucho peor, existir y no ser cobrada jamás.

El conocimiento del contexto socioprofesional es una condición *sine qua non* no sólo para el buen ejercicio de la actividad traductora, sino también, y por consiguiente, para cualquier tipo de teoría, didáctica o pedagogía que se pretenda considerar en el área universitaria de Traducción e Interpretación de la Universidad española. Conocer bien la realidad profesional de la traducción 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. Profesionalizar la formación universitaria de la traducción en el siglo XXI debería consistir en: constatar que los circuitos de producción y de distribución de las informaciones, de los productos y de los servicios culturales son cada vez más transnacionales; admitir que la naturaleza, las condiciones y los lugares de trabajo se transforman y que la expresión tanto escrita (traducción) como oral (interpretación) juegan un papel esencial en cualquier vida laboral actual; observar que la auténtica mutación de las formas de traducir, de las normas de productividad y calidad de las traducciones así como los métodos de transmisión de las mismas, ha sido gestada en la era digital en que vivimos, alterando tanto los hábitos de lectura como de escritura: el hipertexto permite, entre otras cosas, llevar a la pantalla otros sistemas semióticos esencialmente no verbales que también necesitan ser traducidos.

Si se tiene todo esto en cuenta, es posible que la Universidad no llegue a ser «una fábrica de parados» sino que estará en condiciones de ofrecer al mercado profesional de la traducción licenciados en Traducción e Interpretación que habrán aprendido a admitir que:

- la práctica y el concepto de traducción no puede reducirse sólo y exclusivamente a la clásica imagen del traductor literario encerrado en su torre de marfil, heredera de una tradición eminentemente filológica de la traducción.
- las competencias y los comportamientos del traductor, que no habían cambiado sustancialmente durante tantos miles de años, han sufrido, desde los últimos años del siglo XX, una auténtica metamorfosis.
- la propia noción de traducción supone la integración de diversas tareas y actividades tanto *a priori* como *a posteriori* del proceso traductivo *stricto sensu*.
- el traductor ofrece otro tipo de servicios y productos que van mucho más allá de la simple escritura de un texto.

En definitiva, estoy de acuerdo en que para llegar a calificar la formación de los traductores como profesional, resulte fundamental que, en la sociedad de la información, con las transformaciones socioprofesionales unidas a las nuevas tecnologías y engendradas por la globalización de los intercambios (comerciales, científicos, financieros, etc.), los traductores deban desarrollar competencias y dominar comportamientos que les hagan aptos a las nuevas necesidades demandadas por el mercado laboral, sobre todo si tenemos en cuenta que, en las nuevas ofertas de empleo, aparecen nuevas etiquetas que pretenden identificar nuevas actividades traductorales: «localización», «edición multilingüe», «mediación cultural», «transferencia lingüística», «gestión documental y terminológica», «documentación multilingüe», «redacción técnica», etc... Sin embargo en todo este panorama de un «nuevo» mercado, resulta difícil establecer la división del trabajo a realizar entre un

traductor y un «webmaster», por ejemplo, cuando hace tan sólo unos 20 años los diplomados, por regla general, no recibían ni siquiera una iniciación a las herramientas informáticas. No niego que muchos de nuestros futuros estudiantes sabrán incluso hasta programar en varias lenguas o gestionar una red local: estoy convencido de que la informática se convertirá en una lengua tan A como su primera lengua o lengua materna. Pero aún así, nunca puede predecirse cómo repercutirá en la práctica traductora dentro de unos años el desarrollo del multilingüismo en los productos multimedia, los efectos de los avances en la tecnología de reconocimiento vocal, los lenguajes «simplificados» de la edición de textos o las consecuencias del uso de programas de traducción automática (disponibles en red) sobre el volumen de las traducciones humanas a realizar y la calidad de las mismas.

Está muy bien que la formación universitaria se anticipe al futuro. Una de las finalidades más primordiales de la Universidad reside en la formación de especialistas capaces de evolucionar, capaces de innovar, capaces, en definitiva, de «adelantarse» al futuro. Pero, para ello, tampoco hay que tener la nariz demasiado pegada a los nuevos olores del mercado, es decir, la Universidad no tiene por qué ponerse, exclusivamente, al servicio de las empresas actualmente existentes o al servicio más esclavo de unas máquinas que, dentro de cinco años, estarán obsoletas. ¡Ojo con el canto de sirenas! Como muy bien apunta Yves Gambier, la Universidad no está para hacer «cabezas repletas» de lo que esté de moda, sino para formar «cabezas pensantes» capaces de manejar cualquier nueva herramienta que el futuro de la traducción profesional les pueda deparar.

Plutôt que de lister des cours appropriés pour des besoins ponctuels, valables à brève échéance, il nous faut une certaine philosophie pédagogique, centrée sur un principe-clé : apprendre à apprendre, rappel toujours fort de la nécessité d'une tête « bien faite », plutôt que « pleine » ou « formatée » pour des tâches limitées.

Si la professionnalisation consiste à être immédiatement efficace, opérationnel, c'est-à-dire vite conformiste et vite dépassé, alors elle n'est pas du ressort de l'Université. Elle le devient si elle aide à former des traducteurs novateurs, capables de maîtriser divers outils de pensée et de travail, certains de ces outils nous étant inconnus encore à l'heure actuelle ! (Gambier, 2000 b: [CD-ROM])

2. Tres perogrulladas para empezar

2.1. **Primera perogrullada: la traducción es un mercado regido por las leyes comerciales de la oferta y la demanda.** De esta primera perogrullada de la traducción profesional me gustaría comentar ciertos aspectos que, desgraciadamente, se suelen pasar por alto en los medios universitarios por mucho que constituyan la realidad cotidiana. Me refiero al hecho de que las leyes de la oferta y de la demanda en el mercado de la traducción profesional han hecho proliferar, sobre

todo de un tiempo a esta parte, una serie de intermediarios demasiado externos al proceso de la traducción y atraídos esencialmente por los beneficios económicos. Una auténtica «empresa de traducción» no es lo mismo que un «gabinete» o una «agencia» de traducción.

Una EMPRESA de traducción ideal es aquella que contrata directamente a los traductores y los pone a trabajar en su propio local para que se beneficien no sólo de todos los tradicionales fondos bibliotecarios adquiridos (diccionarios y obras de consulta en papel), sino también, y en el mejor de los casos, del revisor especializado *in situ* y de los contactos directos con los clientes. Todo lo cual permite que el traductor no permanezca aislado del contexto comunicativo en el que han nacido los documentos que debe traducir. Para determinados encargos especializados, las buenas empresas de traducción emplean un cierto número de traductores independientes que trabajan desde su casa recibiendo y enviando textos por correo electrónico.

Los GABINETES y AGENCIAS de traducción pueden tener características muy similares a las empresas de traducción, pero a veces ofrecen una variedad de servicios tan alejados de la traducción que puede ir desde la enseñanza de idiomas hasta la organización de conferencias, reuniones, seminarios, incluyendo el famoso servicio de «azafata» y «azafato». Generalmente la calidad de las traducciones confiadas a gabinetes o agencias de traducción está en proporción inversa al número de servicios que prestan. Es cierto que, desde siempre, los gabinetes o agencias han sido, y siguen siendo, los que suelen proponer más volumen de trabajo a los traductores, pero ello es debido a la inmensa red de contactos comerciales con la que cuentan. En realidad su único mérito reside en actuar de auténtico «buzón de correo» en el que se pueden encontrar propuestas laborales de traducción que siempre viene con una serie de condiciones muchas veces inaceptables:

- dentro de los límites de la ley de la competencia, los gabinetes o agencias pagan el mínimo posible al traductor de acuerdo con una tabla compuesta según el grado de especialización, calidad del trabajo y cumplimiento de los plazos de entrega. Antes de la entrada en vigor del euro, en plenos años noventa del pasado siglo XX, he asistido a casos en que se pagaba al traductor técnico 3'5 ptas la palabra cuando el gabinete o agencia cobraba 10 ptas al cliente.
- cada traducción es «negociada», caso por caso, entre el gabinete o agencia y el traductor, tomando en consideración factores tales como la importancia social, empresarial y económica del cliente, la urgencia, la dificultad del texto. En casi todas las negociaciones del precio final de la traducción quien indebidamente se hace llamar empresario utiliza, cada dos por tres, la supuesta disponibilidad de millones de traductores que espera en el umbral de su puerta si el traductor rechaza la oferta.

- en los casos en que la supervivencia –que no el prestigio– de los gabinetes o agencias de traducción depende de que la traducción pueda agradar o no al cliente, entonces y sólo entonces, como incentivo a cambio de una calidad esmerada del producto final, se permiten el «lujo» de prescindir de una parte de sus supuestos lucros para ofrecérselos al traductor. ¿Acaso no quieren calidad en los demás casos?
- Mientras el gabinete o agencia exige siempre al cliente el pronto pago de la traducción, puede llegar a tardar uno, dos y hasta tres meses (cuando no 6 y hasta 12 meses o más) en pagar al traductor. Al «pobre» traductor sólo le queda llevar un completo y exhaustivo control del cobro de todas y cada una de las traducciones que realizó *in illo tempore* y cuyas facturas todavía están pendientes.

Pero donde quizás resida una de las mayores críticas que se pueda hacer a este tipo de intermediario llamado «gabinete» o «agencia» de traducción es que permiten, sobre todo en traducción inversa, que ciertos «habildosos», por el mero hecho de decir ser «nativos», accedan a la profesión trabajando muy por debajo de las tarifas del mercado. Como he comentado arriba el gabinete o agencia, que, en teoría, no lo olvidemos, actúa como simple «intermediario», puede llegar a quedarse con el 50 % de lo que el cliente realmente ha pagado por la traducción. Así que cuando se dice por ahí que los gabinetes o agencias «emplean» a traductores me parece un auténtico eufemismo de la real explotación laboral existente, ya que, en realidad, no se comportan como empresarios porque al no contratar legalmente a los traductores jamás corren con sus obligaciones fiscales y sociales. Los supuestos «empleados» trabajan con facturas que deben emitir ellos mismos, porque los traductores tienen el estatuto de trabajadores independientes y, por lo tanto, corren con todos los gastos de sus respectivas obligaciones fiscales y sociales: pagan ellos su I.A.E. y deben cotizar a la Seguridad Social. Y eso cuando lo hacen, porque no hay que olvidar que muchos de esos trabajadores independientes son, como acabo de comentar, auténticos «intrusos» de la profesión que no declaran nada de nada, no porque consideren que su trabajo como traductor sea una actividad económica residual, sino porque, en realidad, no se consideran ni se hacen llamar traductores. Por otra parte, al no tener ningún tipo de contrato laboral, no reciben subsidio de desempleo, trabajan domingos y fiestas de guardar, no son pagados si no traen el texto traducido, por mucha falta justificada que se tenga y, por supuesto, no tiene empleo garantizado. Aunque, eso sí, cuando se trata de encargos técnicos de gran volumen las agencias y gabinetes les prometen que se va a trabajar a tope durante una larga temporada (unos dos a tres años)... no, si trabajo no falta, pero ¿a qué precio? La prueba más palpable de la desfachatez generalizada con la que trabajan las llamadas agencias y gabinetes de traducción se puede encontrar echando un vistazo a las páginas amarillas en papel o en red de cualquier ciudad: muchos son los «Gabinetes de Traducción» y las «Agen-

cias de Traducción» que publicitan pertenecer a Asociaciones de Traductores cuando éstas nunca aceptan empresas, gabinetes o agencias sino sólo y exclusivamente a traductores.

2.2. Segunda perogrullada: la traducción es un servicio y el texto traducido un auténtico bien de consumo. Un aspecto de la traducción profesional que pasa a veces inadvertido, es que la inserción de la actividad traductora en el medio profesional tiene como efecto primordial el de transformar el «proceso» en «servicio» y el «resultado» en «producto». Se olvida demasiado a menudo que, en el contexto profesional, no existe traducción que no esté motivada por un interés utilitario. Ello puede parecer evidente para las traducciones técnicas y comerciales, pero ningún tipo de traducción escapa a este principio, incluso y, sobre todo, las traducciones llamadas literarias o artísticas.

La traducción de una novela, por ejemplo, resulta ser el resultado de una serie de elecciones llevadas a cabo por un editor en función de la política editorial de su empresa. No suele haber traducción de una obra con ISBN sin una perspectiva de publicación, a no ser que uno traduzca para sí mismo o para un cliente que destina la traducción para su uso particular. Cuando un editor decide proceder a la traducción de una obra, se pone en marcha todo un proceso comercial y financiero que consiste, primero, en adquirir los derechos de traducción comprándose los al autor y/o, en la mayoría de los casos, a la editorial extranjera. La ignorancia de este principio esencial ha llevado a más de un ingenuo traductor neófito, en la soledad de su casa, a trabajar duramente en la traducción de una obra cuyos derechos fueron adquiridos ya por una editorial que cuenta con traductor. Hay que tener en cuenta que el objetivo del editor no es propiamente la traducción de tal o cual obra –en un puro estilo filantrópico de difusión cultural– sino más bien la comercialización de la misma, una vez asegurados el éxito y la rentabilidad de las ventas en términos puramente comerciales. En este sentido quedan todavía muchas obras maestras, muchos tratados esenciales, muchas joyas de la literatura, de la ciencia, de la técnica o de cualquier otro campo especializado, sin traducir, porque todavía no han encontrado el editor que confíe en su éxito comercial. Es cierto que algunas de estas últimas obras, cuyo sumo interés justifica ya su traducción por mucho que no presente garantías de rentabilidad, resultan ser beneficiarias de las subvenciones institucionales en las cuales, a su vez, por mucho que no prime los intereses comerciales, se promueve una cierta política cultural en conformidad con la propia ideología de la institución en cuestión camuflada a veces bajo el extendido epígrafe de «excepción cultural». De todas formas, la relación que se establece siempre entre, por un lado, quien edita o publica y, por otro, quien traduce, resulta ser una relación en la que, por un lado, alguien da órdenes, y, por otro, alguien presta sus servicios, respectivamente, con todos los posibles conflictos que ello pueda generar.

Si todo esto ocurre ya en el sector editorial de la traducción, para muchos el sector donde se dan las mejores condiciones laborables del mercado (porque, teó-

ricamente, los textos de autor son traducidos por traductores con nombre y apellidos que figurarán en la portada o anteportada del libro editado) ¿qué no ocurrirá en los demás sectores del mercado, como el comercial por ejemplo, en los que todos los días se traducen millones y millones de textos «anónimos»? No puedo evitar contestar *parce que c'est quelque chose qui me tient vraiment à cœur*: lo que ocurre es la usurpación más burda de la propiedad intelectual. En el caso de lo que yo llamo la «traducción anónima» o la «traducción sin ISBN» no aparece ni el nombre del traductor o empresa de traducción, ni nombre de responsable alguno, eso sí lo que siempre aparece es una referencia muy clara a la empresa que ha pagado la traducción y que se considera la única dueña y señora del producto que presenta. El texto que se entrega para traducir en el sector comercial o en el técnico resulta ser un texto confeccionado por empleados de la propia empresa que inicia la traducción, lo cual refuerza el sentimiento de auténtica propiedad intelectual que tiene la empresa sobre todo el proceso de la traducción. A los ojos de este tipo de iniciadores, el traductor aparece como un simple proveedor de servicios y, por lo tanto, considera que tanto los procesos como los resultados del trabajo del traductor le pertenecen en todos los sentidos y bajo todas las circunstancias. El iniciador establece hasta tal punto las condiciones en las cuales deberá ser ejecutado y explotado el trabajo de la traducción que si alguna de ellas no son cumplidas por el traductor o le paga tarde o, simplemente, no le paga.

2.3. Tercera perogrullada: la traducción no es un proceso autónomo sino que la intervención de un traductor se inserta en un proceso de comunicación mucho más amplio en el que el traductor no es más que un intermediario, un eslabón más. Según sea el tipo de cadena (editorial, comercial, industrial, institucional, etc.) el traductor dispondrá de más o menos poder de intervención sobre su trabajo, pero desgraciadamente, en ningún caso, resulta ser el dueño absoluto de su trabajo. Sólo la figura del iniciador controla realmente todo el conjunto de las etapas que forman parte del proceso de creación, producción y explotación de un documento traducido. La traducción es siempre una etapa más en el interior de un proceso de comunicación más amplio que comprende otras etapas que han precedido al encargo y que le seguirán. Otras personas y otros profesionales han intervenido antes que el traductor y lo harán después de que él intervenga.

Antes de la intervención del traductor están, por un lado, el autor del T.O. y, por otro, el iniciador del T.M. Cuando el traductor interviene, lo hace siguiendo un encargo, es decir, él no crea generalmente la situación de traducción sino que es un/el ejecutante de la misma. De la misma forma que el autor es el responsable tanto del contenido como de la forma del T.O., el iniciador decide todos los parámetros que se tendrán en cuenta para la realización de la traducción (qué se traduce, para quién, cómo, dónde y cuándo) y, por lo tanto, condiciona tanto la forma como el fondo del T.M. La tarea del traductor se acaba, normalmente, en cuanto ha entregado su traducción al iniciador. Pero la vida del texto traducido por él no acaba aquí.

Después de la intervención del traductor, si el T.M. debe ser impreso pasará por las manos de un maquetador; si va a ser grabado pasará por la voz de un intérprete o actor de doblaje; si va a formar parte de un documento audiovisual o sonoro, pasará por las manos de un técnico; si va destinado a formar parte de un producto multimedia, pasará por las manos de un informático. En algunos casos –concretamente en el mundo editorial y en empresas de traducción que trabajan para grandes empresas o multinacionales– el TM será releído por un revisor o un corrector de pruebas. Estos a su vez, consciente o inconscientemente, con o sin el permiso del traductor, modificarán el TM (mejorándolo o empeorándolo) cada vez que pase por sus manos. ¡Cuántos paratextos han sido redactados, manipulados sin que el traductor haya tenido noticia alguna de los mismos hasta la publicación de su traducción justo al lado de ellos! Si ya en el sector editorial, donde el traductor es considerado como un autor, tan sólo se consulta al traductor de vez en cuando antes de retocar nada del texto traducido, en los demás sectores la consulta brilla por su total ausencia.

3. La figura del iniciador

Una docencia universitaria de la traducción no puede dejar de lado la suma importancia del papel del iniciador en la traducción profesional. Ya he dicho que la tarea del traductor no es una tarea aislada. Pues bien, la calidad del trabajo no puede alcanzarse sin la estrecha colaboración que debe siempre reinar entre el iniciador y el traductor profesional.

El iniciador es el agente que pone en marcha el proceso de la traducción y estipula todas y cada una de las convenciones que lo rigen antes, durante y después de todo el proceso. El traductor profesional muy pocas veces se encuentra en el origen de una traducción. El iniciador es el encargado de «iniciar» el trabajo de traducción, por eso los franceses lo llaman el *donneur d'ouvrage*. Es el iniciador quien, mediante su decisión de mandar hacer una traducción, determina todos los parámetros que van a condicionar la(s) estrategia(s) de su realización: ¿qué se manda traducir?; ¿para quién, para qué, por qué, para dónde, para cuándo, con qué medios y cómo va a realizarse la traducción de un determinado documento?

Son preguntas a las que todo encargo de traducción debe empezar por responder si se quiere obtener el mayor éxito de funcionalidad en el acto de comunicación traductiva. Se trata, en definitiva, de retomar las preguntas retóricas del famoso hexámetro técnico latino *quis, quid, ubi, quibus auxiliis, cur, quomodo, quando?*, una sentencia latina, transmitida por Quintiliano, que en Retórica nombra todas las circunstancias: la persona, el hecho, el lugar, los medios, los motivos, la manera y el tiempo. Ha sido citada hasta la saciedad en distintas disciplinas: en derecho, por ejemplo, llega a resumir toda la instrucción criminal (¿Quién es el culpable? ¿Cuál es el crimen? ¿Dónde se ha cometido? ¿Con qué medios o con qué cómplices? ¿Por qué? ¿De qué manera? ¿En qué momento?)... Pues bien, si

añadimos dos últimas preguntas (¿Para quién? y ¿Para qué?), tendríamos todas las preguntas a las que debería responder cualquier encargo de traducción. Christiane Nord, retomando una de las mayores perogrulladas de la traducción profesional, interpreta y adapta el hexámetro latino citado como sigue: «Who does what when where why how for whom what for with what effect?» (Nord, 1991:36).

Si se considera que los criterios funcionales mencionados son esenciales para determinar todo el escopo de una traducción, la figura del iniciador resulta ser importantísima en el proceso de la traducción porque es él, y no el traductor, quien determina y orienta todas y cada una de las respuestas a las nueve preguntas formuladas en una hoja ideal de encargo de traducción: quién, qué, para quién, para qué, por qué, para dónde, para cuándo, con qué medios y cómo.

El iniciador puede imponer una muy determinada terminología: la terminología de la casa. El iniciador suele ser el único protagonista del proceso de la traducción profesional que decide sobre determinadas elecciones expresivas como, por ejemplo, los nombres de sus productos o de sus tecnologías: en función de sus estrategias comerciales o editoriales, o según su propio gusto personal, el iniciador decide sobre la manera en qué determinados términos deberán traducirse o no.

El iniciador resulta ser el único en tener el poder de ofrecer o no al traductor toda la ayuda necesaria para ejercer su profesión. El hecho de dar al traductor tan sólo los elementos verbales de un documento, es decir el texto aislado de todos los elementos no verbales del mismo, porque se considera que no necesita nada más para traducir, sigue siendo, desgraciadamente, una práctica todavía muy extendida entre los iniciadores ignorantes de la suma importancia del peritexto icónico para:

- Comprender e interpretar el sentido de los diálogos de una película o documental a medida que desfilan las imágenes animadas en pantalla.
- Constatar la pertinencia presencial de fotos esquemas, gráficos o dibujos de un documento técnico y ser consciente así de las alusiones que se les hace en el cuerpo textual.
- Interpretar y traducir símbolos, imágenes, iconos, marcas y señales con carga cultural en un hipertexto.

Por otra parte, muchos son los encargos en que la documentación que necesita un traductor sólo puede procurársela el iniciador: documentos internos de la empresa que pueden aportar al traductor valiosas informaciones sobre los productos, la identidad, la propia filosofía de la empresa; una terminología de la casa que ya tiene repertoriada en glosarios o que simplemente ya ha utilizado en otros documentos que le pertenecen y, si ésta no existe, los textos anteriormente traducidos o redactados en la lengua de llegada conteniendo ya una terminología que el

nuevo traductor podrá respetar en un afán de pura coherencia, por no hablar de la terminología normalizada exigida por el sector de actividad o por el tipo de destinatario de la traducción.

4. La figura del traductor profesional

En esta visión de conjunto de las verdades de Perogrullo de la traducción profesional no podía faltar la figura en la que se pretende convertir a todo estudiante que cursa nuestra licenciatura y sin la cual jamás existiría la traducción: el traductor profesional.

Traductor profesional es toda aquella persona que obtiene la totalidad o la mayor parte de sus ingresos económicos del ejercicio de la traducción, es decir, es traductor profesional todo trabajador para quien la traducción es, ante todo, una profesión, con todas las obligaciones fiscales y sociales que la misma conlleva: darse de alta en la Agencia Tributaria (la traducción e interpretación es una actividad profesional encuadrada en el epígrafe 774 del Impuesto sobre Actividades Económicas [IAE]) y darse de alta en la Seguridad Social como Trabajador Autónomo (cuando el traductor no ha sido contratado como asalariado por una empresa). En la actualidad, al no existir ningún Colegio de Traductores, cualquier persona no sólo puede ejercer la traducción sin necesidad de estar en posesión de un título universitario sino que puede abrir una «agencia» de traducción o un «gabinete» de traducción e incluso llamarlo «empresa» de traducción o como le venga en gana. A diferencia de lo que ocurre con otras profesiones liberales como, por ejemplo, la abogacía o la medicina, donde nadie puede ejercer si no está previamente colegiado, en traducción no existe ningún impedimento legal para que cualquier secretaria traduzca «todo tipo de informes técnicos sin tener un conocimiento suficiente de lo que es traducir y, muy a menudo, sin dominar los idiomas de partida y de llegada» (Pujol Puente, 2000: 226).

La figura del traductor profesional resulta ser algo desconocida para el público en general porque, todavía hoy, aparece situada entre dos imágenes estereotipadas de la actividad traductora: por un lado, la imagen del «traductor erudito» aislado en su rincón y rodeado de diccionarios, y, por otro, la imagen de la «traducción automática» que, reduciendo el proceso traductivo a la simple transferencia de datos lingüísticos, permite traducir decenas de páginas en tan sólo unos cuantos minutos.

La profesión de traductor y de intérprete es una de las profesiones más apasionantes y más antiguas del mundo pero, por desgracia, a finales de este siglo y especialmente en nuestro país, el ejercicio de este trabajo no ha sido nunca reconocido como un trabajo de prestigio salvo en ocasiones excepcionales y siempre vinculado a personalidades de la vida cultural de mucho prestigio. Los profesionales que no se han dedicado a la traducción literaria han sido siempre auténticos desconocidos y a menudos desprestigiados,

incluso por profesionales de la traducción literaria que, despectivamente, nos califican como «vosotros, los traductores de faxes». (Pujol Puente, 2000: 225)

Traductor literario, traductor técnico, traductor jurídico, jurado, comercial, de editorial, de empresa, de agencia, de gabinete, asalariado, liberal: no faltan adjetivos calificativos para hacer referencia a la figura del traductor; por no mencionar las diversas denominaciones conexas que empiezan a proliferar en todos los sectores: documentalista multilingüe, terminólogo multilingüe, redactor multilingüe, jurilingüista multilingüe, revisor, post-editor, pre-editor, adaptador o *rewriter*, etc. Sea cual sea la especialidad o el sector en el que ejerce el traductor profesional, en la oferta del mercado de la traducción siempre se distinguen dos grandes tipos de profesionales: traductores asalariados, por un lado, y traductores autónomos, por otro.

Los traductores asalariados son los que traducen en los locales de quien los remunera, generalmente una empresa, un organismo internacional o un servicio público. Según sea el servicio o departamento del que dependan, pueden trabajar o bien aislados o bien en equipo, pero, dado que, actualmente, las empresas tienden a subcontratar muchas de sus necesidades traductoras, el trabajo de los traductores asalariados se orienta, cada vez más, a la gestión y a la revisión de las traducciones realizadas por terceros, ajenos a la empresa. El estatus de traductor asalariado en una empresa no dice nada de cuáles son las condiciones reales del ejercicio de la profesión. Así por ejemplo, algunos de mis alumnos licenciados que cursaron la asignatura *Traducción Inversa A/B: español-francés B* son contratados, aquí en Vigo, como trabajadores asalariados en Citroën, a través de Empresas de Trabajo Temporal, con contratos en los que no aparece ni una sola vez la palabra «traducción» a pesar de dedicarse a ello, y a pleno rendimiento, durante la duración de los mismos. Otros licenciados, en cambio, se convierten en una de las nuevas figuras del traductor asalariado más recientes: la del «asalariado-gerente». El desarrollo de las «empresas de traducción» –y digo bien «empresas»– ha hecho que nuestros recién licenciados decidan montar su propia empresa en la que se dedican no sólo a traducir sino a contratar a todos los traductores asalariados que puedan necesitar puntualmente.

Los traductores autónomos (o, según los puntos de vista, también llamados: «*pigistes*», «*à la pige*», «*free-lance*», «liberales», «independientes», etc.) son los que traducen en su casa y por su cuenta. Se ha ido haciendo su propia cartera de clientes y procura conservarla lo mejor que puede. Esta segunda modalidad de ejercicio de la profesión de traductor puede materializarse, en la práctica, a través de dos estatus legales diferentes: el traductor liberal y el traductor de editorial. El primero se llama así porque, como en el caso de todas las profesiones liberales, es un trabajador autónomo con sus correspondientes obligaciones fiscales y sociales, arriba mencionadas; el segundo tiene el estatus de autor porque disfruta de los derechos de su traducción, por lo tanto, es el único que goza de la propiedad inte-

lectual de su trabajo, aunque el estatus de autor no sea patrimonio exclusivo del traductor de editorial. Creo sinceramente que cualquier otro traductor profesional, tanto autónomo como asalariado, podría –y debería– ser tan «autor» como un traductor de editorial y exigir que apareca su nombre y apellidos en todas y cada una de sus traducciones por muy técnicas o comerciales que sean.

5. Antiguos y nuevos mercados laborales

Según para quién se esté traduciendo, el mercado de la traducción profesional podría dividirse en tres grandes sectores: cultural, institucional y comercial. La condición y el estatus del traductor profesional en cada uno de los tres sectores mencionados, van de mayor a menor. En efecto, en los textos traducidos dentro del sector cultural, el nombre y apellidos del traductor aparece o bien papel (en la portada o contraportada de los libros, por ejemplo), o bien en pantalla, (en los créditos de los productos audiovisuales, por ejemplo). Aunque bien es cierto que, muchas veces, la mención a la autoría de la traducción audiovisual –subtitulado, doblaje– hace referencia más bien a una determinada empresa de traducción, en general, que al traductor o traductores, en particular, pero, al menos, aparece. En los textos traducidos dentro del sector institucional, como mucho aparece la empresa de traducción a la que se ha encargado el trabajo pero nunca, o casi nunca, el nombre y apellidos del traductor profesional. En los textos traducidos dentro del sector comercial reina el más absoluto anonimato.

El sector cultural comprende la traducción realizada para empresas cuya actividad consiste en producir y luego comercializar, bienes culturales bajo forma de productos impresos y productos sonoros o audiovisuales, grabados o filmados analógica o digitalmente. Las mencionadas empresas son conscientes de que la calidad de la traducción determina, de forma esencial, la calidad del producto cultural que comercializan y, por lo tanto, suelen exigir el máximo cuidado en el proceso de traducción. Se trata de un sector muy variado donde se pueden distinguir tres grandes mundos culturales según sean los medios de comunicación utilizados: el mundo editorial, el mundo de la prensa y el gran auge del mundo audiovisual y multimedia.

Dentro del sector cultural, es en el sector editorial donde el trabajo de los traductores tiene mayor resonancia social, ya que su actividad profesional es asimilada a la ejercida por el autor original: insisto, el nombre del traductor aparece, generalmente, mencionado. La traducción editorial es quizás la actividad laboral mejor definida en el campo de la traducción profesional. Llamada durante mucho tiempo «traducción literaria», la traducción de obras destinadas a la publicación impresa sobrepasa los límites de la propia literatura que, por otra parte, sigue siendo mayoritaria, aplicándose al conjunto de cualquier disciplina que constituya objeto de publicación en formato de libro. Los temas pueden ser de lo más variado: libros escolares, libros científicos, libros técnicos, libros de economía,

libros políticos, libros de derecho, libros de religión, libros de geografía, libros de historia, libros de arte, libros infantiles, libros de turismo, libros prácticos, enciclopedias, diccionarios, mapas, atlas, cómics, novelas, teatro, poesía, ensayo, y un larguísimo etcétera. La coherencia del sector viene dada por el modo de funcionamiento que, de hecho, resulta estar basado siempre en los mismos principios: el iniciador es siempre una editorial; el producto que hay que traducir es siempre un libro; el traductor (debidamente contratado) es remunerado bajo la forma de los derechos de autor y siguiendo un procedimiento de lo más reglamentado por la Federación Internacional de Traductores (FIT) en su modelo de contrato.

Siguiendo con el sector cultural, la existencia de una práctica de la traducción profesional en el mundo de la prensa, tanto escrita como radiofónica o televisiva, es indiscutible. Basta con pensar simplemente en todos los teletipos de las distintas agencias que alimentan toda la información que luego sale en los periódicos y que llegan a las redacciones sin traducir: es cierto que muchas veces son los propios periodistas los que «traducen» y «adaptan» los teletipos, en función de sus puntuales necesidades. Pero también están todas las «revistas de prensa», en las que se traducen extractos de prensa extranjera, o el infinito número de entrevistas a personalidades extranjeras que se hacen en la radio y la televisión, sin olvidar la gran producción de reportajes puntuales de actualidad que, cotidianamente, son intercambiados entre las distintas operadoras televisivas de países diferentes.

La traducción audiovisual constituye una importantísima franja de mercado del sector cultural de la traducción profesional. La importancia que los medios audiovisuales han adquirido en nuestra sociedad actual ha conducido a algunos a hablar de una evolución hacia una civilización de la pantalla que va dejando atrás la civilización de la palabra escrita. El número de horas que un ciudadano medio pasa delante del televisor es infinitamente superior al número de horas que dedica a leer. Una buena parte de los programas de televisión y de las producciones cinematográficas son de origen extranjero y, por lo tanto, son siempre traducidas antes de su distribución en cada país. Al contrario de lo que ocurre en el mundo editorial, donde existe un cierto consumo de productos impresos en lengua extranjera, en España todos los productos audiovisuales importados son generalmente traducidos antes de su difusión: existen pocas películas en V.O. porque se suelen distribuir o bien subtituladas en español (V.O.S.E.) o bien, directamente, dobladas. Aunque la tecnología digital ha hecho posible que en un DVD se pueda contemplar todas las versiones mencionadas y otras en distintos idiomas.

El sector institucional comprende la actividad de traducción realizada para los organismos internacionales, europeos, nacionales o regionales que representan los intereses de los Estados o el de sus autonomías. Dichas instituciones recurren a la traducción como medio de comunicación tanto interna (entre los representantes de los Estados miembros o entre funcionarios de un mismo organismo institucional) como externa (publicación de textos legislativos, informes o cualquier

otro tipo de documento promocional en el que se quiera presentar o difundir la política o las actividades del organismo institucional en cuestión). La traducción inversa en este sector institucional está mucho más presente de lo que se piensa.

5.1. Un sector tradicional del mercado: el comercial

El sector comercial es aquél en el que los traductores trabajan para empresas y prestatarios de servicios (excepto las empresas que trabajan en el mundo editorial, en la prensa o en el mundo audiovisual) que traducen o hacen traducir documentos en el marco de sus actividades de producción y de comercialización de bienes y de servicios. La traducción en este sector responde a imperativos comerciales y posee un objetivo eminentemente utilitario que condiciona todo el proceso: la traducción no constituye ni un fin ni una herramienta indispensable para el funcionamiento de las empresas, la traducción es un medio para los fines comerciales de las mismas. La traducción en el sector comercial permite a las empresas seguir la evolución tecnológica para mejorar la concepción y la fabricación de los productos mercantiles, desarrollar y ampliar las ventas en mercados internacionales, atender y cuidar al máximo la atención al cliente-consumidor.

Las leyes que regulan la internacionalización de los intercambios comerciales obliga a traducir todos los documentos que acompañen los bienes de consumo convertidos en productos comerciales: etiquetas, envoltorios, prospectos, manuales de instrucciones, manuales de mantenimiento, manuales de reparación, documentos de garantía, especificaciones técnicas, etc. constituyen los documentos puramente técnicos cuya principal función consiste en describir los productos, su funcionamiento y su conservación. Lo que tiene que quedar claro es que se trata de documentos «de acompañamiento»: los textos técnicos no existirían sin el producto al que hacen referencia. Como era de esperar, tanto la concepción como la realización de los textos técnicos originales son competencia directa de los servicios de producción de las empresas.

Pero los textos técnicos no son los únicos documentos que las empresas exportadoras o importadoras mandan traducir. Se puede decir que existen otros tipos de documentos de los que las empresas también solicitan traducción tanto inversa como directa: los documentos comerciales y los documentos publicitarios, por ejemplo. Entre los documentos comerciales, producidos y utilizados por los servicios comerciales de las empresas, habría que citar los contratos, los catálogos, los presupuestos, las facturas, documentos jurídicos relacionados con contenciosos comerciales, patentes, estudios de mercado, etc. Entre los documentos publicitarios, destinados a promover las ventas y la imagen de la empresa y, por ello, competencia de los servicios de marketing y comunicación de las empresas, habría que citar los documentos impresos (folletos, pancartas y mensajes publicitarios impresos o grabados en todo tipo de soportes), los documentos audiovisuales o multimedia (publireportajes, anuncios publicitarios) y los documentos sonoros (publicidad radiofónica, mensajes multilingües de espera telefónica).

El carácter eminentemente utilitario que tienen los documentos traducidos no es la única característica del sector comercial de la traducción profesional. Existen otros tres grandes específicos caracteres propios que condicionan sensiblemente el quehacer cotidiano del traductor que trabaja en este sector.

1. En primer lugar, está el hecho de que la inmensa mayoría de los documentos entregados para traducir resultan ser textos que han sido elaborados de una forma colectiva. De hecho, constituyen los famosos documentos «anónimos» a los que me he referido más arriba. Son anónimos porque no tienen nombre por mucho que pueda considerarse que el autor es la propia empresa, en la medida en que en la redacción de un mismo documento participan varias personas (redactores técnicos, ingenieros industriales, encargados de la comunicación) que siguen consignas dictadas por quien decide las estrategias documentales y de comunicación de la empresa.
2. En segundo lugar, los documentos vehiculan la imagen de la empresa. Lo cual explica, en parte, la insistencia por parte de determinadas empresas o compañías internacionales en que el traductor contratado utilice la terminología de la casa porque constituye una auténtica señal de identidad de la misma.
3. Todo lo cual provoca que, a los ojos del traductor, iniciador y autor se asimilen y lleguen a constituir la misma persona. Esta circunstancia permite al iniciador intervenir tanto en el contenido como en la forma del texto antes, durante y después de la traducción con la legitimidad que le otorga ser el autor. El texto «original» entregado para su traducción no es el texto definitivo, al contrario, se trata de un texto «vivo» que se va modificando según distintas necesidades.

Las consecuencias de estas características son muy importantes para el ejercicio de la traducción profesional en este sector. En primer lugar, el traductor puede llegar a beneficiarse del contacto con el «autor» del texto que traduce. Los eventuales problemas de comprensión o de interpretación del documento pueden solucionarse fácilmente con una simple comunicación fluida entre traductor e iniciador/autor. El iniciador puede también beneficiarse de este intercambio mutuo, porque el traductor, como excelente lector que es, podrá haber detectado una serie de faltas de expresión, de incongruencias, de errores gramaticales en el texto original. En segundo lugar, el hecho de que los documentos originales del sector comercial se realicen de forma colectiva en el interior de las empresas hace que no sea nada raro que los traductores –muchas veces traductores asalariados que trabajan en y para la empresa– procedan no a la traducción sino a la realización de documentos directamente redactados en una lengua extranjera, en la L2 o lengua B del traductor. Algo que demuestra la realidad cotidiana de la traducción inversa y las auténticas necesidades de expresión inversa en el mercado profesional. Tra-

ducción y redacción resultan estar estrechamente ligadas en el sector comercial de la traducción profesional. De hecho, la suma de todas las particularidades mencionadas hace que un número cada día más elevado de traductores oferten servicios lingüísticos –actualmente en red– que, a pesar de estar fuera de la actividad traductora propiamente dicha pero muy cerca de la expresión inversa, responden a una fuerte demanda existente de redacción técnica en lengua extranjera.

5.2. El entorno digital del mercado del siglo XXI

Se dice, por activa y por pasiva, que la traducción está viviendo sus mayores momentos de gloria, que la profesión de traductor es una de las profesiones más demandadas y con más futuro. Cuando se trata de adelantar un poco cómo va a ser el entorno laboral de dicha demanda futura, los hay quien, como Geoffrey Kingscott, de forma sensata, y a pesar de no tenerlo muy «claro», auguran un porvenir a la traducción profesional estrechamente unido a la idea de globalización planetaria:

l'avenir est très incertain. Et peut-être que dans vingt ans, il n'y aura pas de traducteur agréé, il y aura des spécialistes de communication multilingue en finance, en médecine, en automobile, mais est-ce qu'il y aura des traducteurs ? Parce que le monde est vraiment en train de changer. [...] voyez ce qui se passe, dans le monde traduisant, au niveau des grandes entreprises de traduction. Elles deviennent de plus en plus grandes, par les moyens de fusion qui ont lieu actuellement. Et cette grande tendance s'est développée ces deux dernières années. Et ils veulent tous avoir un chiffre d'affaires de plus de 50 millions de dollars. Je ne sais pas pourquoi, mais c'est un niveau auquel ils aspirent. Et s'il y a deux grandes sociétés qui sont à 30 millions, comme RWS en Angleterre et Polyglot aux Etats-Unis, ils font une fusion, ce qu'ils ont fait en avril. Et il n'y a peut-être que 6 grandes sociétés, Alpnet, Berlitz, Lionbridge, Simultrans, RWS Polyglot, Lernout & Hauspie. Et il y a l'influence des capitaux d'investissement parce que ces sociétés doivent être assez grandes pour avoir des capitaux d'investissement. [...] Actuellement, donc, on cherche des centres de ressources dans chaque pays. Les grandes entreprises de traduction en particulier. Ainsi, la société Alpnet a une succursale en France pour faire uniquement la traduction vers le français. J'étais en avril en Estonie afin d'écrire un article sur l'estonien, et je pensais que c'était une bonne occasion pour organiser des ressources vers l'estonien. J'ai donc parlé à un entrepreneur de traduction, un des premiers en Estonie, et j'ai évoqué la collaboration. « Oh, excusez-moi, dit-il, mais Lernout & Hauspie m'ont déjà contacté, ils organisent la collaboration ». Lernout & Hauspie, la grande société belge, a acheté des sociétés dans au moins dix pays de l'Europe, et maintenant ils achètent en Asie. Le mois dernier, ils ont acheté une société de traduction coréenne, parce qu'ils essayent de trouver des centres de ressources dans chaque pays. Et dans ce monde global, on peut faire la traduction n'importe où. (Kingscott, 2000: 45-47)

Como ya adelanté hace unos años, a través de Internet el mercado global de

la traducción se ha ido mundializando todavía más si cabe. En la red no sólo crece a un ritmo exponencial la demanda de traducciones sino que muchos seguimos augurando una futura demanda de un cierto tipo de interpretación en línea: dado que el ordenador puede usarse como un teléfono o como una radio, con los nuevos avances tecnológicos en reconocimiento vocal, podrá llegar el día en que, por ejemplo, la Traducción a Vista de un texto será enviada, a través de la red, al cliente que así lo haya solicitado. Gracias a Internet, el traductor del siglo XXI tiene a su disposición el medio de información, documentación, comunicación y cooperación profesional que mejor se ajusta a las necesidades creadas por el nuevo mercado global de la traducción. Un mercado donde el ejercicio profesional de la traducción inversa resulta ser mucho más real que la virtualidad manifestada por parte de quienes desconocen la demanda del mercado de la traducción profesional porque jamás la han practicado. La publicación multilingüe en red posibilita nuevos encargos de traducción inversa. Así, por ejemplo, muchas son las pequeñas, grandes y medianas empresas españolas que, al comprender la enorme posibilidad que Internet ofrece para estar en el mercado internacional, solicitan los servicios de una Empresa de Traducción —en red la mayor parte de las veces— para que les traduzca su página Web al francés, al inglés, al alemán o a cualquier otra Segunda Lengua, de la Unión Europea o no, pero, eso sí, siempre a una lengua diferente de la castellana. Es decir, cuando se quiere exportar un producto o un servicio nacional a través de Internet, el mercado de la traducción hipermedia en España resulta ser un mercado de traducción inversa y no de traducción directa, como de hecho ocurre con otro sector comercial español de la traducción que, además, es considerado una de las fuentes económicas más rentables del país: el turismo (Yuste Frías, 2001: 854).

Evidentemente, para que toda la realidad virtual de la traducción profesional en red que acabo de describir de forma muy sucinta, sea académica y éticamente admisible, profesionalmente aceptable y económicamente rentable, el (tele)traductor debe hacer gala de una serie de subcompetencias específicas que complementan su competencia traductora. Tan sólo mencionaré aquí que las exigencias del «nuevo» entorno laboral, ya apuntadas por Daniel Gouadec (Gouadec, 1991: 235), sitúan siempre, en primer lugar, un alto nivel operativo en la lengua «extranjera», en lengua B, en LC2; luego viene la exigencia de ser polivalente a la hora de dominar tanto de la terminología técnica propia al campo de la empresa que contrata como de la documentación necesaria para acceder a ella; y, finalmente, se da por supuesto que el traductor del siglo XXI tiene un alto grado de competencia técnica en cuanto al manejo de las herramientas informáticas más básicas.

Aunque la manera de contratar los servicios de traducción vaya desde la simple demanda externa de los mismos (ofertados por el traductor o intérprete en la guía telefónica o en algún que otro repertorio digital publicado en la red) hasta la modalidad concurso-oposición llevado a cabo por determinadas administracio-

nes y organismos internacionales, pasando por la contratación interna como asalariado dentro de una empresa o la contratación mediante redes de contactos personales, unas veces complicadas y, otras, demasiado sencillas, para el caso del sector de la traducción editorial, la era digital de la información ha provocado que, en una situación de igualdad de competencia traductora, la prioridad pragmática y empresarial decida contratar siempre antes a todo aquel (tele)traductor capaz de manejarse con los recursos informáticos utilizados por la empresa para comunicarse. El futuro de la traducción profesional pasa, inexorablemente, por el de las nuevas tecnologías digitales, utilizadas para procesar de modo binario cualquier tipo de información en cualquier entorno laboral. Con la tecnología digital estamos viviendo una era multimedia donde la traducción forma parte de un conjunto de funciones no propiamente traductivas pero sí íntimamente relacionadas con las diversas prácticas lingüísticas y no lingüísticas. El lenguaje verbal está empezando a tener un papel secundario frente a la imagen en las producciones de sentido. Asistimos todos los días en el mercado profesional de la traducción a un renovado interés por la imagen. El uso de una retórica visual repleta de símbolos e imágenes para comunicar sentido independientemente de los sistemas de escritura tradicionales es un fenómeno global fruto de la revolución digital. Los encargos del mercado digital de hoy sitúan al traductor cada día más frente a la pantalla que frente al papel. Y todos sabemos que en pantalla la imagen le da mil vueltas a la palabra. En definitiva, la imagen está conquistando un lugar privilegiado de la comunicación escrita.

Pour compenser l'immatérialité du texte qui défile à l'écran, on voit se mettre en place une rhétorique visuelle de plus en plus riche en matière d'icônes et de jeu sur la couleur [...] Depuis déjà plusieurs dizaines d'années (...) l'image n'est plus conçue comme une simple illustration, mais comme un document qui remplace de longs développements de type analytique : le livre illustré et la bande dessinée ont quitté le marché des enfants pour s'adresser à une clientèle de plus en plus large et sophistiquée. (Vandendorpe, 1999: 250)

Últimamente pululan como champiñones los cursos, congresos, seminarios y másters varios sobre traducción multimedia o traducción audiovisual. ¿Cuántos créditos se dedican en los mismos a la lectura, interpretación y traducción de la imagen? No se puede traducir ninguna unidad icónica o verbo-icónica si previamente no se ha sabido leer e interpretar las estructuras simbólicas del imaginario que vehicula. Símbolo e imagen resultan estar estrechamente unidos en traducción y máxime cuando su futuro está siendo multimedia. Multimedia es toda entidad interactiva capaz de producir simultáneamente texto, imágenes fijas o en movimiento, sonido y hasta secuencias de video a partir de un modo binario. Por lo tanto, quien dice multimedia dice multisemiótico. ¿Cuántos créditos de las licenciaturas de Traducción e Interpretación se dedican al estudio de otros códigos de comunicación diferentes del lingüístico?

L'avenir est multimédia. Tous les manuels vont être multimédia, et les traducteurs écriront souvent des scripts - par exemple j'ai vu un manuel pour le soudage dans l'usine, et il y a une vidéo qui l'accompagne, qui est juste à côté du poste de soudure. Et il faut traduire la parole aussi, en plus du manuel écrit. Et c'est ça, l'avenir. Ainsi c'est un avenir difficile à prédire, et je suis très content de ne pas être un universitaire. (Kingscott, 2000: 47)

Al contrario que Geoffrey Kingscott, no sólo estoy contento sino que me siento muy orgulloso de cargar en parte con la gran responsabilidad general que tenemos todos los docentes universitarios del área de Traducción e Interpretación a la hora de formar futuros profesionales capaces de responder tanto a las necesidades actuales del entorno laboral de la traducción profesional como a las futuras. Y es que considero que para la reflexión teórica sobre el entorno laboral de la traducción profesional no puede haber mejor y más objetiva tribuna que la proporcionada por el espacio académico de la Universidad donde, desde perspectivas investigadoras, se puede dedicar más tiempo a observar, analizar, criticar y hasta llegar a «prever» el nivel de práctica profesional demandado (o, acaso, debería decir «exigido») por parte de la figura de los nuevos iniciadores. Como prueba de ello, me gustaría terminar este modesto e ingenuo capítulo dedicado a las verdades de Perogrullo para una iniciación a la traducción profesional, suscribiendo plenamente todas y cada una de las palabras usadas por Dorothy Kelly quien, a la hora de sugerir las futuras demandas del mercado, describe de forma magistral, como siempre, el gran papel que juega la Universidad en la formación de traductores profesionales.

Cabe esperar en un futuro más bien próximo una demanda cada vez mayor de especialistas que realicen tareas tales como la edición multilingüe, el diseño de publicidad multi- e intercultural, la redacción técnica, la asesoría en cuestiones interculturales, la localización de todo tipo de productos, la gestión de empresas de traducción, entre otras, además de lo que tradicionalmente se ha asignado al ámbito profesional de la traducción. [...] algunas claves para la universidad a la hora de afrontar este futuro complejo serían: afianzar su formación básica en las destrezas de la comunicación intercultural, consolidar su oferta de docencia en las herramientas básicas para esa comunicación (entre ellas la terminología, la documentación), y, sobre todo, preparar a su estudiantado para seguir aprendiendo a lo largo de su vida profesional, para cambiar ligera o hasta drásticamente de especialización o de circunstancias. [...] A pesar del esfuerzo que se está llevando a cabo, parece que todavía nos falta algo más de flexibilidad para diseñar las [...] vías de cooperación y de beneficio (no sólo económico) mutuo con el mundo profesional (empresas y asociaciones) que permitan asegurar un alto nivel de calidad en enseñanzas actualizadas y demandadas por la sociedad en su conjunto. (Kelly, 2000: 10-11)