



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN

El mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Traducción e Interpretación

AUTORA:

Fernandez Julca, Rosmery Janeth ([ORCID:0000-0003-3367-3458](https://orcid.org/0000-0003-3367-3458))

ASESOR:

Dr. Sagástegui Toribio, Edwin Eduardo ([ORCID:0000-0003-2230-9378](https://orcid.org/0000-0003-2230-9378))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de calidad y Servicio

TRUJILLO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

En memoria de mi querido padre, amigo y cómplice, Justo Fernandez, quien no pudo estar presente en mis últimos ciclos de la universidad pero me apoyó hasta el final de sus días y ahora me cuida desde el cielo.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por permitirme llegar hasta el final y por darme las fuerzas para seguir adelante.

Agradezco a mis padres Justo Fernandez y María Julca, quienes me dieron todo su amor y me alentaron a seguir con mis metas.

A mi hermana Carmen, quien es mi segunda madre y quien cuidó de mi durante los cinco años de la carrera y supo cómo darme esos empujoncitos para lograr más cosas.

A mi asesor, Eduardo Sagástegui, quien me brindó sus conocimientos y me guio para desarrollar una buena tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación:	13
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio.....	14
3.4. Participantes.....	14
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.6. Procedimiento	15
3.7. Rigor científico	15
3.8. Método de análisis de datos	16
3.9. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	17
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS	

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar el mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica y como objetivos específicos fueron describir la historia del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica y finalmente proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú. La investigación fue de tipo aplicada con un diseño de investigación documental. Como escenario se tuvo fuentes de habla hispana o páginas donde se encuentran las investigaciones referentes al mercado de la subtitulación y como instrumento se tuvo una ficha de análisis. Se concluyó que el mercado de la subtitulación en el Perú aún está en desarrollo, aún no existe mucha demanda laboral a comparación con los demás países de Latinoamérica; en los aspectos positivos, la aparición de compañías de *streaming* ha generado más demanda laboral, el internet, es muy útil pero a la vez también perjudicial para los subtituladores ya que con la aparición de softwares no todas las compañías pagan por el servicio de un subtitulador, en los aspectos negativos, los subtituladores amateurs han tomado parte del mercado de la subtitulación así como la elusión de contratar directamente a subtituladores en las empresas. Y en cuanto a los lineamientos se debe seguir promocionándose en las páginas web, tratar de estandarizar un tipo de cobro que sería por minuto y seguir capacitándose en cuanto a las nuevas herramientas de subtitulación.

Palabras clave: mercado laboral, subtitulado, traducción audiovisual, software

ABSTRACT

This research aimed to analyze the subtitling market in Peru and Latin America and its specific objectives were to describe the history of the subtitling market in Peru and Latin America, to determine the positive and negative aspects of the subtitling market in Peru and Latin America and finally to propose guidelines to be taken into account in order to face the subtitling market in Peru. The research was applied with a documentary research design. As a scenario, Spanish-speaking sources or pages where research on the subtitling market can be found were used, and an analysis sheet was used as an instrument. It was concluded that the subtitling market in Peru is still developing, there is still not much labor demand compared to other Latin American countries; On the positive side, the emergence of streaming companies has generated more labor demand, the internet is very useful but at the same time also detrimental for subtitlers since with the creation of software not all companies pay for the service of a subtitler, on the negative side, amateur subtitlers have become part of the subtitling market as well as the avoidance of hiring subtitlers directly in the companies. As for the guidelines, we must continue to promote ourselves on the web pages, try to standardize a type of charge that would be per minute and continue training in the new subtitling tools.

Keywords: labor market, subtitled, audiovisual translation, software

I. INTRODUCCIÓN

La subtitulación es una rama muy importante de la traducción audiovisual (TAV) ya que nos ha permitido disfrutar de películas, series y demás contenido audiovisual de todo el mundo, este mercado es relativamente nuevo ya que se ha empezado a subtitular desde el siglo pasado a causa de la internacionalización del cine y aún sigue en crecimiento (Díaz, 2017), pero en sí, la traducción audiovisual nació con los intertítulos en las películas sin audio, en ese entonces se le llamaba cine mudo (Rosa, 2016), y con el tiempo evolucionó creando nuevas ramas en la traducción audiovisual como son el doblaje, la audio descripción, la subtitulación, las voces super puestas (Stefanini y Lima, 2018), incluso ya se han hecho investigaciones de cómo crear y aplicar nuevas técnicas para el subtitulado para sordos o incluso la audio descripción para personas ciegas; hace años atrás esto no se daba, ellos estaban excluidos de poder disfrutar una simple película ya sea nacional o internacional (Salmodi, 2016). El avance y desarrollo tecnológico es una ventaja para todos aquellos que aman el contenido audiovisual, gracias a esto muchas plataformas ofrecen subtítulos en sus plataformas de videos y audios para que intente llegar a todos los rincones del mundo, Google Chrome, YouTube, Google Podcast tienen la opción de generar subtítulos automáticos en sus videos, artículos y demás, a pesar de que estos no son profesionales ya se está intentando ofrecer el producto en casi todos los idiomas (García, 2021). Las técnicas para subtitular han evolucionado de acuerdo a la industria y gracias a los avances tecnológicos, el subtitulador debe estar en constante capacitación y no debe quedarse en un conocimiento que con el tiempo se volverá obsoleto (Ávila-Moreno et. al, 2020). Este nuevo panorama de la subtitulación ha provocado que haya más personas estudiando y formándose para ser traductores audiovisuales, la demanda ha crecido y seguirá creciendo en los próximos años, según Santilli (2017) con la aparición de plataformas de *streaming* como Netflix, una plataforma que se ha extendido en todos los países, ha generado más trabajo para los subtituladores y a consecuencia para las personas que doblan; pero, no en todos los países se da de la misma manera porque o están más avanzados o están más retrasados, un ejemplo es México, este país se ha desarrollado muy bien en el ámbito del

doblaje y subtitulación, siendo uno de los países más importantes que exportan contenido audiovisual ya doblado y/o subtulado y detrás de este viene Argentina y Colombia (Valdivia, 2014). Por otro lado, Perú aún está en una fase de crecimiento, aún no hay trabajos a grandes escalas que salgan de acá, lo cual genera un problema ya que en el Perú existe la carrera de Traducción e Interpretación donde la traducción audiovisual es una de las ramas estudiadas, aquí solo se ha desarrollado en plenitud la interpretación para congresos, empresas privadas y públicas, así como la traducción de textos escritos. Con respecto a la traducción audiovisual, la subtitulación es la modalidad más frecuente en el mercado laboral de Lima, pero cabe resaltar que estos productos son mayormente para empresas de publicidad, estaciones televisivas, entre otros (Bravo, 2018), a pesar de que haya trabajo de subtitulación, aún no se llega a subtítular para las grandes compañías de cine y peor aún, no hay trabajos de doblaje ya que este tipo de mercado lo tiene en su mayoría México y Argentina, además de España que está en el continente Europeo (Valdivia, 2014). Pero nos dice Chaume en un congreso dado por la Universidad César Vallejo (2015) que en Latinoamérica se desarrolla mucho lo que es la subtitulación y el doblaje pero lastimosamente en Perú no se da este tipo de trabajo en grandes cantidades y hace un llamado al Estado y a las empresas de traducción para que se enfoquen más en las modalidades de traducción audiovisual ya que nosotros también contamos con un español neutro.

Por tal motivo, el problema que se planteó fue ¿Cómo se encuentra el mercado de la subtitulación en el Perú en comparación con los demás países de Latinoamérica? La justificación del presente trabajo de investigación fue analizar el mercado de la subtitulación tanto en Latinoamérica como en el Perú para así poder guiarnos y aprender de los demás países para seguir creciendo en este mercado vasto y con gran futuro.

El trabajo de investigación tuvo como objetivo general analizar el mercado de la subtitulación en el Perú y Latinoamérica, y por consiguiente los objetivos específicos fueron describir la historia del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica y proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú.

II. MARCO TEÓRICO

Para los antecedentes se tomaron en cuenta las siguientes investigaciones:

Bravo (2018) en su tesis denominada *situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en lima, 2018* tuvo como objetivo de investigación conocer el mercado laboral actual de la traducción audiovisual en Lima, Perú, así como conocer la combinación de idiomas más trabajadas acá, el tipo de contratación, tipo de contrato y la clase de cliente con mayor frecuencia en el mercado laboral de la TAV. Fue un estudio deductivo de tipo aplicada con diseño descriptivo y exploratorio, para la población de este estudio se consideró a todos los miembros del Colegio de Traductores y el muestreo solo se ha considerado a los miembros activos que prestan servicios de traducción audiovisual; el instrumento aplicado a esta investigación fue un cuestionario y se les envió a los traductores colegiados activos mediante una página web llamada Survey Monkey. En el estudio exploratorio obtuvo como resultado que el mercado laboral de la traducción audiovisual está liderado por la subtitulación, como lenguas de trabajo más usadas en el país es la subtitulación directa, es decir, inglés-español, el tipo de cobro es por minuto, tipo de contrato por servicio u obra y tipo de cliente de empresa que trabaja con productoras multimedia y audiovisuales.

Orrego et. al (2010) en su investigación titulada *situación actual de la traducción audiovisual en Colombia* tuvo como objetivo de investigación dar a conocer la perspectiva general del mercado laboral actual de la traducción audiovisual en Colombia específicamente en las ciudades de Bogotá, Medellín y el Cali, así como resaltar la importancia de desarrollar más estudios de este campo. Fue un estudio de revisión de bibliografía y también incluyó una investigación relacionada al tema en cuestión, la muestra para esta investigación fueron grupos vinculados a la traducción audiovisual y el muestreo fueron entidades o personas que producen material audiovisual, o las entidades o personas que traducen este tipo de material y las personas que consumen material audiovisual. El instrumento empleado fue una encuesta mediante Survey Monkey que se aplicó a estos tres grupos donde se subdividieron en subgrupos como distribuidoras, cines, canales de

televisión, festivales de cine, cineclubes y empresas de la traducción audiovisual. Los principales resultados fueron que hay una gran inclinación por el subtítulo por cuestiones particulares de cada grupo encuestado, también se conoció una desinformación general sobre esta profesión, traducción audiovisual. Se concluyó que los traductores de la ciudad de Colombia aún necesitan una capacitación en traducción audiovisual para poder cubrir las demandas del mercado y también se resalta la importancia de desarrollar más estudios a profundidad enfocada a la traducción audiovisual en Colombia.

Abril (2013) en su investigación denominada *industria de la subtitulación y doblaje en Bogotá: factores que afectan su internacionalización* tuvo como objetivo identificar cuáles son los motivos que no permiten el desarrollo del mercado de la subtitulación y doblaje en Bogotá así como también su internacionalización, así como también analizar el estado actual de la Industria del subtítulo y el doblaje en Bogotá, analizar el mercado de la subtitulación y el doblaje, así como comparar el desarrollo de la Industria de la subtitulación y el doblaje colombiana con otros países que hablan el español (Argentina y España). Fue un estudio de tipo cualitativo, la muestra fue la base de datos del Ministerio de Cultura, DANE, Comisión Nacional de Televisión y Cine y como muestreo se tomó en cuenta a los traductores, empresarios y estudiantes de traducción audiovisual, el instrumento fue una entrevista documental y un análisis de contenido, y se concluyó que el apoyo del Estado es una pieza clave para la internacionalización de los productos multimedia de Bogotá, así como también piden el apoyo del ministerio de cultura, además se concluye también que hay profesionales capacitados pero no hay muchas oportunidades de formación, Se puede decir que en las ventas de idiomas muchos países están un paso por delante de Bogotá. Para poder acceder a la tecnología es muy limitado y solo algunas personas profesionales tienen acceso a ella que cuenten con un capital suficiente para comprarlo, como Centauro, la empresa más grande de subtítulos y doblaje de Bogotá y con respecto a las entrevistas aplicadas a los países mencionados anteriormente, están más desarrollados

que los profesionales de Bogotá, Colombia debido a su interés y mayor accesibilidad a cursos de formación.

Fuentes-Luque (2020) en su investigación titulada *la traducción audiovisual en Venezuela: aspectos históricos, técnicos y profesionales* tuvo como objetivo dar un recorrido a los aspectos históricos, políticos, sociales, técnicos y profesionales que con el tiempo la TAV ha ido formando hasta el momento en Venezuela. Fue un estudio de tipo descriptivo y el muestreo para esta investigación fueron traductores, correctores, y gestores de la traducción audiovisual en Venezuela, el instrumento empleado fue una entrevista donde se recopilaban diferentes testimonios de la población. Los resultados fueron que los traductores venezolanos han sufrido un gran cambio gracias a la política que se maneja allá, a veces por falta de energía o internet estos profesionales deben conectarse mediante su móvil para poder continuar con su trabajo y así entregar el producto en la fecha pactada, otro resultado fue una comparación entre el hoy y el ayer de esta profesión donde los traductores audiovisuales veteranos hacen un hincapié a la tecnología, es decir, ellos no trabajaban con internet sino lo hacían con grandes máquinas que de frente quemaban al rollo de la película, además, gracias al español neutro, Venezuela cuenta con empresas que ofrecen los servicios de doblaje y subtítulos pero debido a su condición ellos han perdido muchos contratos y estos contratos han sido trabajos en Estados Unidos. Este trabajo concluye que Venezuela es un país rico en recursos humanos y materiales, pero sufre en la actualidad las consecuencias de una crisis política, económica y social que afecta a todos los habitantes; años atrás, Venezuela fue uno de los países potencias en el mercado de la traducción audiovisual junto a México, Argentina y Puerto Rico.

Mayoral (2002) afirma en su investigación que el mercado de la traducción audiovisual, para ese entonces, aún no crecía y las industrias cinematográficas no renovaban sus audios (doblaje), como sabemos la lengua estaba en constante evolución hasta hoy en día, y como consecuencia no había mucha demanda laboral; para él la razón era que las productoras y compañías querían ahorrar a causa de los estragos que dejó la guerra del golfo, dentro de esta investigación se dan montos que cobraban en esos

tiempos los traductores audiovisuales, lo cual demuestran lo mal que estaban y la baja demanda que se convirtió en una crisis, esto obligó a varios estudios de doblaje, en Madrid, cerrar su negocio ya que no era rentable seguir en ese rubro. En cambio, en el rubro de la subtitulación fue todo lo contrario ya que el mercado de los productos audiovisuales se crecía más, lo cual generaba más demanda local porque los canales de televisión como TV2 y canal 9 crearon sus empresas de subtitulación y doblaje lo que dejó en el aire a los traductores audiovisuales independientes. Y finalmente hace mención a la combinación lingüística que en esa época cambió, ya no era de forma directa (español-inglés) sino que también se empezaron a incluir otros idiomas como el italiano, francés y el alemán.

Santilli (s. f.) en su investigación titulada *el mercado de la traducción audiovisual en América Latina* tuvo como objetivo dar a los asistentes un conocimiento pleno sobre la situación actual del mercado de la traducción audiovisual y los requisitos básicos para competir en un mercado que engloba a Latinoamérica en su conjunto. Fue un estudio tipo explicativo donde narra primero algunas definiciones de las ramas de la traducción audiovisual, luego se enfoca en lo que es el mercado en Latinoamérica, el estudio se divide en canales de televisión y canales en línea, productoras de cine y televisión, el mercado de los Blu-ray y DVDs, cine comercial y festivales de cine; en cada categoría el autor da una explicación acerca del mercado de la TAV y da algunos detalles de las empresas que han contratado a más profesionales de la traducción audiovisual. Se concluyó que en Latinoamérica el mercado de la traducción audiovisual es enorme y tenemos que estar preparados para poder ingresar a él, así como también seguir preparándose para hacerse un nombre dentro de este vasto mercado. Y Carroll et. al (2012) menciona que dentro de todo este mercado a nivel de Latinoamérica los más destacados como en las comparaciones anteriores, el subtitulado es una modalidad que tiene mayor oferta por la aparición de plataformas en línea, la televisión, así como las productoras de cine y televisión que venden el material ya con el subtítulo incluido dentro del producto multimedia lo que ha generado mayor demanda para los subtituladores y doblajistas.

Diéguez et. al (2014), en su investigación titulada *estudio de mercado de la traducción en Argentina, Chile y España: perfil académico y profesional de los traductores*. Tuvo como objetivo dar a conocer las características del trabajo que hacen los traductores profesionales que residen en España, Argentina y Chile. Se trató de un estudio cuantitativo, tipo descriptivo, la población de este estudio estaba formada por traductores profesionales residentes en los tres países mencionados, la muestra estaba formada por 1073 traductores, Argentina (394), Chile (309) y España (370); El instrumento utilizado fue una encuesta electrónica que se publicó en Internet para que los traductores pudieran responder. La encuesta fue válida de junio a agosto de 2011. Los principales resultados de esta encuesta fueron que la mayoría lleva 10 años trabajando y tiene un título universitario. La mayoría tiene un máster y los idiomas de trabajo más recurrentes son el inglés y el francés, seguidos del italiano y el catalán. Se concluyó los traductores que respondieron a la encuesta no tienen muchos años de experiencia, las lenguas con las que se trabaja mayormente son de español a inglés e inglés a español, también se resalta que los traductores argentinos tienen mayor trabajo que los traductores chilenos pero los traductores españoles son los que se llevan mayor parte del porcentaje de trabajo de traducción y que hay ventajas de la evolución de la traducción en dichos países donde también se aceptan los cargos de traducción audiovisual, mayormente el subtítulo y de ahí le sigue el doblaje ya que para América Latina Argentina también es considerado como un español neutro, mientras que para Europa el español más trabajado es el de España lo que se lleva una gran cantidad de trabajo de doblaje.

Álvarez (2018), en su investigación titulada *los desafíos digitales en el mercado de la traducción* tuvo como objetivo analizar los canales de comunicación utilizados por los traductores, los entornos virtuales, la traducción automática y la traducción asistidas y esbozar la realidad del día a día que un traductor vive en el mercado sumamente competitivo. Fue un estudio de tipo descriptivo. Se concluyó que la traducción es una actividad que ha experimentado el desarrollo de la digitalización ha fomentado una gran competitividad del mercado incluyendo no solo el local sino también de

manera global, al igual que en la traducción audiovisual, en especial la subtitulación y el doblaje, a consecuencia de la globalización el trabajo para un traductor ha incrementado y que a pesar de que haya programas de traducción que puede hacer la mayor parte del trabajo porque la importancia de un traductor nunca se cuestionará ya que ellos son los que entienden los diferentes tipos de mensajes que incluyen culturemas, entre otros y ellos saben adaptarlos de acuerdo a su localización, en el último capítulo hacen mención al tipo de español requerido para los doblajes en el idioma español, este es el español neutro para toda Latinoamérica donde México es el país que tiene mayor demanda laboral en cuanto a la traducción audiovisual, en especial el doblaje y la subtitulación.

Para la teoría de este trabajo de investigación se tomaron en cuenta los siguientes autores y sus definiciones:

Gambier y Pinto (2018) en su libro *audiovisual Translation: Theoretical and Methodological Challenges* explica que la traducción audiovisual ha ido evolucionando gracias a la tecnología y las nuevas herramientas que apoyan al traductor en su trabajo, la TAV ahora está plenamente reconocida en todo el mundo, durante las tres décadas desde su origen se han ido recopilando todo tipo de datos sobre la subtitulación, el doblaje, las voces superpuestas, audiodescripción, etc. Definen a la traducción como una traducción asumida que abarca el producto (texto traducido), el proceso (traducir), y su función (papel y valor), que conlleva a los metatextos como guías, revisiones, críticas, directrices, códigos de conducta y buenas prácticas y a la traducción audiovisual en general como una señal auditiva y visual que busca transmitir un mensaje.

Millán y Bartrina (2013) en su libro titulado *the Routledge Handbook of Translation Studies* define a la traducción audiovisual como un campo completo y diversificado por varias razones como, por ejemplo, los principales signos audio verbales (palabras escuchadas), signos visuales verbales (palabras leídas en la pantalla), signos audio-no verbales (sonidos escuchados, está incluida la música y los diferentes tipos de efectos sonoros), y signos visuales-no verbales (como las unidades fotográficas y

cinematográficas, partes de algunas escenas, uso de la cámara, la luz y el color), sino también de la contribución variable de cada componente a cualquier texto audiovisual específico e incluso a cualquier parte del texto. El texto audiovisual traducido suele abarcar todos (o la mayoría) de los componentes del texto origen a los que se añade el texto meta, formando así una red de gran complejidad que merece un estudio más profundo. La comunicación audiovisual comprende una gama de tipos y géneros de textos audiovisuales en constante evolución, así como medios y plataformas audiovisuales creados por el gran avance tecnológico.

Bruti y Perego (2015), en el libro *Subtitling Today: Shapes and Their Meanings* analizan a la subtitulación y lo definen como una herramienta que permite a las personas disfrutar de contenido audiovisual en sus idiomas nativos, además, permite a las personas sordas o con dificultades auditivas acceder a los productos audiovisuales, usar los subtítulos en la misma lengua de origen es de gran apoyo para las personas que sufren de alguna discapacidad, este es el subtítulo intralingüístico donde se le agrega información adicional para la mejor comprensión de los oyentes, además de esto, también puede tener un gran impacto en la alfabetización ya que es de gran ayuda para mejorar la lectura de las personas; como los subtítulos tienen demasiada importancia se debe tener cuidado ya que su función principal es transmitir el mensaje, y los de tipo humor son los más difíciles de interpretar ya que se debe tomar en cuenta la localización.

Andújar y Brumme (2010) definen al subtítulo como una de las modalidades más trabajadas y que tienen mayor demanda laboral en todo el mundo y esta es muy importante para la distribución de contenido audiovisual para todos los países, el subtítulo se expresa mediante la traducción de un texto audiovisual en particular que posteriormente será añadido dentro de las películas, series, o demás productos multimedia. Además, los autores añaden que es una práctica traductora que implica muchos cambios a la hora de adaptar el texto a la lengua meta, como por ejemplo el sincronismo, la velocidad de los subtítulos (Martí, 2012) que es importante para el buen entendimiento del lector, para ello, hay una serie de factores técnicos que un subtitulador debe realizar para una buena subtitulación (temporal, espacial,

ortotipográfica, etc.) En primer lugar, el traductor realiza la transcripción del texto, o sea, el guion es copiado en el mismo idioma, lengua origen. Una vez transcrito el texto hablado, pasamos a lo que en el argot audiovisual se conoce como *spotting*, que consiste en dividir el texto ya transcrito en partes para no sobrepasar los caracteres definidos por cada línea dentro de la pantalla. Al final, el texto transcrito se traduce a la lengua de destino. Este es el proceso de subtulado que se toma en cuenta al momento de realizar un encargo.

Di Giovanni y Gambier (2012) mencionan algunas desventajas sobre este mercado en crecimiento como por ejemplo la aparición de nuevos programas de subtulado, es decir, una herramienta que traduzca de frente los textos narrados dentro del contenido audiovisual. El reconocimiento de voz es un avance de la tecnología que permite a las personas lograr comunicarse con los artefactos inteligentes a través de nuestra voz y lenguaje como si estuviéramos hablando con un humano. Uno de los avances más importantes que han facilitado la comunicación entre hombre-máquina es el llamado procesamiento del lenguaje natural: asistentes de voz como Siri es una muestra sencilla de esta tecnología.

En la evolución del mercado de la traducción audiovisual que se da desde los inicios de la subtulación en las películas en los primeros años del siglo XX, Mendoza (2015) menciona en su investigación que la primera modalidad de traducción audiovisual fueron los intertítulos en una de las películas de los hermanos Lumière, en 1903 se hace la primera transmisión de una película con intertítulo, esta película se llamó *Uncle Tom's Cabin*, hasta los funsubs (subtulación no oficial de animes japoneses hechas por fanáticos, es decir, no son traducciones oficiales realizadas por traductores audiovisuales profesionales) que hay en la actualidad (Arnáiz, 2012); también, la evolución y esparcimiento dentro de este mercado se hizo con la llegada del cine sonoro en 1927 con la primera película con sonido llamado *El cantor de jazz* (One Hundred Years of Cinema, 2016) ya que más personas querían disfrutar de lo que era ver una película y como no todos hablaban un solo idioma conllevó a la contratación de personas bilingües, donde al inicio hacían una descripción en tiempo real de la película, es decir las personas

denominadas narradores hablaban al mismo tiempo en que esta se reproducía, a esto actualmente lo llamamos interpretación simultánea pero en ese entonces aún la traducción audiovisual era algo nuevo y desconocido lo que generó futuras investigaciones sobre este tema, para los años setentas ya existían VHS y betamax donde el cliente podía elegir el mejor momento para ver una película, incluso si la quería ver doblada o subtitulada, en esos años aún no se implementaban más de dos idiomas dentro de los casets, según Orrego (2013) al inicio la industria cinematográfica se gastaba en películas que se hacían en varios idiomas para algunos países que no coincidían con la lengua nativa lo que generó un gasto inmenso y ahí es donde nace el doblaje lo que permitió bajar costos sin perjudicar a los consumidores de contenido audiovisual, con el tiempo y la evolución de la tecnología aparecieron grandes compañías de grandes empresas de *streaming* que ha generado mayor demanda laboral para los traductores profesionales, en especial, los subtituladores y los actores de doblaje; además, gracias al internet llegaron herramientas útiles para el traductor audiovisual que les permite entregar un trabajo de calidad a las productoras, compañías, entre otros (Chaume, 2019). Y por último está la llegada de la subtitulación para sordos, algo que antes no se había hecho, esta población no podía disfrutar de una película ni sentir las emociones que un espectador las siente al momento de verla con sus efectos sonoros y el timbre de la voz de los actores.

Burgos y López (2010) definen al mercado laboral como un campo competitivo donde debe haber demanda y oferta, Por otro lado, Jaramillo (2015) afirma que para encontrar una buena posición dentro del mercado laboral es importante que la persona cuente con un buen desempeño laboral, tener habilidades blandas, destrezas que los distingan de los demás, y este perfil profesional solamente se va a lograr con la experiencia que se irá ganando de acuerdo a los años trabajados. Angulo et. al (2012) hace referencia a la satisfacción laboral como de gran importancia y que este tipo de satisfacción no es monetaria sino subjetiva, en este estudio demuestra que las mujeres se sienten más satisfechas ya que el ambiente laboral es más flexible que de la demás población, induciéndolos a que se adapten a la

forma de trabajo de sus puestos en diferentes compañías o personas trabajadoras de manera independiente.

Alfonso (2019) define a los lineamientos como un objetivo que se intenta cumplir en un determinado lapso de tiempo y que toma en cuenta los aspectos y factores clave dentro de una organización o sector. También se les puede atribuir el sinónimo de estrategias puesto que el rol es similar por no decir igual. Para ello se debe hacer una ardua investigación sobre la empresa o sector para lograr realizar un buen estudio y así se facilitará ver el comportamiento de mercado y así aumentar la probabilidad del éxito. Por otro lado, tenemos a Cachay (2017) que afirma en su investigación que un lineamiento puede ser estratégico y a este se le define como una explicación o una declaración de principios, este puede ser un plan de acción o un programa que cuenta una organización o rubro que se integra por normas, medidas y objetivos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación:

El presente trabajo de investigación fue una investigación aplicada como lo indica Lozada (2014) ya que es un proceso que da paso a la transformación secuencial de los conocimientos teóricos que surgen de la investigación básica en conceptos, prototipos y productos, que tiene como objetivo primordial buscar su utilidad en una realidad específica.

Para el diseño, Gómez (2011) nos dice que la investigación documental tiene como material principal de estudios documentos escritos, ya sean impresos, digitales, audiovisuales, etc. y recoge, organiza y presenta información de estas fuentes documentales para luego interpretarlas. Entonces, para el presente trabajo de investigación el diseño fue una investigación documental porque se trabajó con todo tipo de material fiable en físico y virtual.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Vargas (2013) afirma que las categorías son características que permite clasificar, conceptuar algún termino que representan información sobre lo que se investigará. También menciona a las subcategorías y las define como características que se desglosan de las categorías con información más precisa de lo que se piensa investigar. La categorización de este estudio derivó del siguiente problema de investigación: ¿Cómo se encuentra el mercado de la subtitulación en el Perú en comparación con los demás países de Latinoamérica? Y como objetivo principal se analizó el mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, y por consiguiente los objetivos específicos fueron describir la historia del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica y proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú. Como categoría se tuvo al mercado de la subtitulación y como subcategorías a la historia del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, el estado actual del mercado de la subtitulación en Latinoamérica y el mercado actual de la subtitulación en el Perú.

3.3. Escenario de estudio

Véliz (2009) sostiene que el escenario se refiere al entorno o medio socio geográfico donde se puede realizar un estudio, es decir, es el lugar donde se realizará la investigación deseada. Por lo tanto, el escenario de este trabajo de investigación fueron todas las fuentes de habla hispana o paginas donde se encuentran las investigaciones referentes al mercado de la subtitulación, para ello, se tomó en cuenta el contenido audiovisual, revistas, congresos, blogs de traductores oficiales que laboran, etc.

3.4. Participantes

Arias (2012) nos dice que los participantes son un subconjunto de elementos que se extrae de la población total para una investigación. Estos participantes son aquellas personas que forman parte de una población que cuentan con características físicas o psicológicas, opiniones, experiencias, entre otros rasgos y cobran un interés particular para investigaciones con un enfoque cualitativo o un enfoque cuantitativo. Los participantes de este trabajo de investigación fueron las páginas web de donde se extrajeron documentos sobre el mercado de la subtitulación en el Perú y de Latinoamérica, tales como, Mutatis Mutandis, Dialnet, YouTube, Scielo, Repositorios universitarios, entre otros.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Arias (2012) La técnica de investigación es el procedimiento por el cual se va obtener todo tipo de datos o informaciones en específico para satisfacer alguna necesidad. Y un instrumento de recolección de datos es una herramienta que se emplea para recopilar y así acumular información.

Según Dulceides y Molina (2004), un análisis documental es el resultado de la necesidad de proporcionar al usuario una ruta para llegar al documento relacionado y que van a facilitar los resultados ya que será información clara y concisa; este, es un proceso que está basado en la indagación, el análisis e interpretación de documentos que ya han sido catalogados por otros investigadores ya sea en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Para obtener la información correspondiente se consideró la técnica de análisis documental tanto para el objetivo general como para los objetivos específicos y como instrumento de recolección de datos, se empleó la ficha de análisis, para Velasco (2015) una ficha de análisis es un recurso que se

emplea en la investigación para extraer, ordenar y clasificar información que nos permitirá registrar todo de forma resumida.

3.6. Procedimiento

Para este trabajo de investigación primero se ingresó a las páginas web donde se investigó y se buscó todo tipo de información fidedigna que avale y respalde la investigación en cuestión, luego, se obtuvo datos y estos fueron analizados y de ahí solo se extrajo los datos útiles, por consiguiente, se pudo ordenar toda la información ya obtenida y se plasmó en el instrumento de recolección de datos, al tener toda la información ordenada según los objetivos se hizo, finalmente, una propuesta de lineamientos a tomar en cuenta para el mercado de la subtitulación en el Perú.

3.7. Rigor científico

Núñez (s.f) sostiene que el rigor científico está relacionado al planteamiento de propósitos definidos, tiene que tener relación con el fenómeno a estudiar y la necesidad social, con la selección de los individuos y los instrumentos. Gonzáles (2002) afirma que para una investigación valiosa se debe establecer un propósito claro que busque crear un conocimiento con credibilidad, una investigación que sea elocuente que busque cubrir alguna necesidad social, haciendo uso de un lenguaje cuidadoso y a la vez se debe transmitir el proceso de la investigación cultivando los valores científicos en su forma y organización. Cabe resaltar que para poder aplicar el instrumento primero se tuvo que validar por tres expertos y así, luego, fue aplicada en los participantes.

Los criterios tomados en cuenta para la validez de esta investigación fueron:

Credibilidad: este criterio se cumplió en esta investigación cuando se demostró que toda la información obtenida fue veraz y real, por ello se trabajó con páginas indexadas o trabajos de investigación que fueron publicados por los repositorios de sus respectivas universidades.

Confirmabilidad: en esta investigación se hizo una interpretación de los resultados de una manera neutral sin dar opiniones personales, solo se guio desde la perspectiva del autor y se trató de encontrar hallazgos similares.

Transferibilidad: al finalizar esta investigación, como consecuencia se obtuvo mucha información que puede ser usada en otros campos de la traducción audiovisual y a causa de ello podrá ser mencionada como referente para una futura investigación.

3.8. Método de análisis de datos

Para Gonzáles (2018), un análisis de contenido es una operación que tiene como objetivo examinar a fondo un documento y que van a facilitar los resultados ya que será información clara y concisa, entonces, para este trabajo de investigación se usó el método de análisis de contenido ya que permitió analizar el estado del mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica de manera histórica así como también de manera actual.

3.9. Aspectos éticos

Gonzáles (2002) dice que la ética en una investigación cualitativa o en una investigación cuantitativa debe basarse en tres valores primarios, respeto a las personas (participantes), búsqueda del bien y la justicia.

Hernández (2016) define al plagio como un robo que se la hace a otra persona y tomándose el atributo como si fuese propio, ya que no se está pidiendo la autorización y/o permiso para poder usarlo dentro de una investigación. Tomando en cuenta los principios éticos, este trabajo de investigación trabajó con información gratuita y se evitó trabajar con páginas web de dudosa procedencia ya que las informaciones podrían estar pirateadas, las ideas u opiniones dadas en este trabajo de investigación fueron propias, además, todos los datos obtenidos fueron citados y referenciados según las normas APA séptima edición.

Desde la posición de turnitin (s.f), nos dice que es un software que permite resaltar la originalidad de una investigación, esta plataforma puede mostrar la similitud entre otros trabajos científicos lo que incentiva el pensamiento original, para esta investigación, al finalizarlo se subió el archivo a turnitin para medir la similitud y así se evitó pasar el máximo del porcentaje permitido.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de haber concluido con el análisis del mercado de la subtitulación en el Perú y Latinoamérica, a continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron acompañados de su discusión.

Con respecto al objetivo general de este trabajo de investigación que fue analizar el mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica, los resultados obtenidos mediante el análisis de fichas fue que en todas las investigaciones obtenidas de las páginas web (Scielo, Dialnet, repositorios universitarios, Mutatis Mutandis, congresos, podcast, YouTube y otros) hay un notable crecimiento de la industria de la traducción audiovisual donde resalta la subtitulación, si hablamos solamente de Perú y como está el mercado en este país, Villanueva et. al (2017) dijeron que el Perú cuenta con trabajo de subtitulación pero esta se hace para empresas de publicidad, de ingeniería, etc. además resaltó la formación universitaria que hay, a pesar de que sean pocas las universidades que dictan la carrera de traducción e interpretación, les brindan a los estudiantes conocimientos de traducción audiovisual. Bravo (2018) mencionó que la modalidad de traducción más trabajada en el Perú es la subtitulación y las empresas que solicitan este tipo de servicio son las empresas de publicidad, algunos festivales de cine, que son prácticamente nulos, y videos; esto nos demuestra que aún esta industria está en pleno desarrollo y que con los años y la buena capacitación de los profesionales de la traducción audiovisual Perú podría ser uno de los tantos países que trabajan para compañías cinematográficas muy populares hoy en día; por otro lado, tenemos a Chaume quien dio un seminario en la Universidad César Vallejo en el 2015, él también afirmó que en el Perú no existe aún una gran demanda laboral en cuanto a la subtitulación pero podemos ser capaces de adherirnos a esta industria gracias al español neutro con el que se cuenta, él también resaltó que los pocos productos audiovisuales que se han entregado de este país son buenos y alienta al Estado poder invertir en esta profesión que con los años se logrará desarrollar en su plenitud y ofrecerá más puestos de trabajo, por otro lado, indicó la existencia de seminarios que las universidades ofrecen para los egresados y aún estudiantes de la carrera de traducción e interpretación

pero lamentablemente no se tocan muy a fondo temas de la traducción audiovisual.

El mercado de la subtitulación en Latinoamérica es distinto a Perú, en UNED Radio (2014) los conductores de este programa son traductores Españoles que hacen entrevistas a diferentes investigadores y profesionales de la traducción audiovisual, en uno de sus programas mencionaron a cómo se encuentra el mercado de la traducción audiovisual, enfocándose mayormente en la subtitulación, de la entrevista se pudo rescatar que este mercado ha crecido considerablemente lo que ha generado mayor demanda laboral y a consecuencia de ello han surgido los subtituladores amateurs y que algunas empresas que producen contenido audiovisual han optado por ellos por su bajo costo. Luego tenemos a Fuentes-Luque (2020) quien se enfocó en el mercado de la subtitulación en Venezuela, él mencionó que, hasta ese año, este mercado estuvo en decadencia a comparación de años anteriores cuando subtitulaban para compañías como Walt Disney, Paramount, Universal, entre otros; además, los canales que antes transmitían desde la ciudad de Caracas optaron por mudarse a Miami y ahora trabajan con subtituladores de EE.UU. lo que fue un golpe para todos los profesionales audiovisuales venezolanos. Santilli et. al (2020) hablaron sobre el mercado de la subtitulación en Argentina dando como resultados que hay una alta demanda de subtitulación al igual que de doblaje y se espera que siga creciendo ya que ahora una submodalidad ha tomado gran parte de este mercado y esta es la subtitulación accesible, ellos también mencionaron que aún México es quien se lleva mayor porcentaje del trabajo tanto de subtitulación como del doblaje. En un congreso dado recientemente por la UBA, Santilli (2021) siguió afirmando lo que dijo el año pasado y es que en la Argentina este mercado sigue creciendo y la solicitud de trabajos de doblaje sigue en aumento. Abril (2013) afirmó que en Colombia el mercado es limitado y que tampoco hay una buena capacitación de los traductores audiovisuales, además hay una precariedad en la calidad de los productos ya que las empresas no solo trabajan con personas profesionales sino que también optan por contratar a personas bilingües que no tienen una formación en traducción audiovisual ni mucho menos tienen una especialización en subtitulación. Lopes (2011) estudió el mercado de la subtitulación en Brasil y como resultados obtuvo

que si existe una demanda laboral y que algunas empresas televisivas privadas optan por el subtítulo ya que es económico en comparación con el doblaje y que hasta ese momento se podía decir que el trabajo en subtítulo había crecido y que para años futuros seguiría creciendo aún más.

Como se pudo ver anteriormente, los tres autores que hacen referencia al mercado de la subtítulo en el Perú concuerdan que este mercado aún está en pleno auge a comparación con los demás países de Latinoamérica, y se espera que a futuro se pueda trabajar con las grandes compañías cinematográficas ya que por ahora solo se ha solicitado el servicio de un subtítulo para empresas de publicidad, videos de ingeniería o para el subtítulo en festivales de cine, que han sido prácticamente escasas, y productos multimedia. Asimismo se espera que las universidades que ofrecen la carrera de traducción e interpretación refuercen su papel y ofrezcan más congresos sobre la traducción audiovisual ya que hasta el momento solo se ha dictado uno que fue en Lima en el 2015, esto nos demuestra la falta de interés sobre esta especialidad que con los años estará en su mejor momento y que nos abrirá las puertas al exterior para poder trabajar con las grandes compañías cinematográficas y con las grandes plataformas de streaming que gracias a la pandemia ha cobrado mayor fama y ahora casi todos cuentan con este tipo de servicio. Centrándonos en Latinoamérica hemos observado que este mercado está desarrollándose muy bien, existe una demanda laboral sobre todo en la subtítulo tal como lo dice Andújar y Brumme (2010) en su investigación *Construir, deconstruir y reconstruir: Mímesis y traducción de la oralidad y la afectividad* donde definen al subtítulo como una de las modalidades más trabajadas y que tienen mayor demanda laboral en todo el mundo y esta es muy importante para la distribución de contenido audiovisual para todos los países, sin embargo, nos demuestra que en algunos países hay una falta de capacitación por parte de los subtítulo conllevando a una escasez de trabajo y a consecuencia evitando la internacionalización de sus productos audiovisuales.

En cuanto al primer objetivo específico que fue describir la historia del mercado de la subtítulo en Latinoamérica y Perú se tuvo como resultados lo siguiente: si hablamos en términos generales, la traducción audiovisual nació con los intertítulos dentro de las películas sin audio denominado el cine mudo

(Rosa, 2016). Fuentes-Luque (2020) mencionó que en 1984 se creó la primera empresa de traducción audiovisual en Venezuela, este país trabajó con Walt Disney y Home Video, Paramount, Universal, etc. pero con el pasar de los años estas empresas cambiaron de país ya que Venezuela actualmente se encuentra en una inestabilidad política que afecta a los profesionales que siguen residiendo en este país. Lopes (2011) se enfocó en Brasil y narró que en los inicios del mercado de la subtitulación muchos de los profesionales debían gastar mucho dinero en equipos así como en diccionarios, enciclopedias, etc. A consecuencia de ello, no todos los traductores se especializaban en el subtítulo ya que era muy difícil trabajar con estos aparatos, no obstante, para el 2011, la demanda laboral creció y con la tecnología simplificó el trabajo del subtítulo y algunas de las cadenas televisivas optaron por la subtitulación ya que es más económica que la modalidad del doblaje. TranslatorTraductora (2020) contó que Disney empezó con la traducción audiovisual en Argentina, sus películas y series eran subtituladas y dobladas en este país pero con los años fue México quien se hizo cargo de la producción de este contenido audiovisual hasta la actualidad. Orrego et. al (2010) mencionó que a causa del alto consumo de películas y series dentro de este país generó mayor demanda laboral en la subtitulación y doblaje y Orrego (2013) dijo que, en Colombia, con el Acuerdo 001 de 2012 de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) estableció que los canales nacionales y regionales debían implementar mecanismos que brinden el acceso a la población sorda y con limitaciones auditivas, por lo que conllevó a la especialización en traducción audiovisual, aunque actualmente aún no se haya exportado el trabajo de los subtítulo que han brindado trabajo dentro del país durante estos años se evidenció un gran consumo de material audiovisual como películas y series. Agulló (2021) mencionó que con la aparición de los DVDs, Blu-Ray y la expansión del internet, el subtítulo ha sido beneficiado a gran escala y ahora existe una gran demanda que con los años seguirá creciendo por las plataformas de streaming como HBO, Hulu, Netflix, Disney+, entre otros. En Perú la historia del mercado de la subtitulación se tardó más años. Villanueva et. al (2017) narró que a partir de la segunda década del siglo XXI se desarrollaron cambios importantes dentro de la traducción, lo que incluyó la modalidad de subtitulación, y para el año 2013 algunas universidades lo incluyeron como asignatura de pregrado y posgrado. Además, para el 2015 ya

se había celebrado el primer congreso internacional de traducción audiovisual ofrecido por la universidad César Vallejo.

Partiendo de los datos obtenidos en las fichas de análisis podemos rescatar que el mercado de la subtitulación tardó en llegar a Latinoamérica y más aún a Perú, como todo inicio, no fue fácil, los primeros profesionales de la subtitulación les fue un poco difícil ya que la tecnología de ese entonces no era tan desarrollada como en la actualidad, todos los países latinoamericanos trabajaban con equipos manuales además de que usaban diccionarios, enciclopedias, entre otros archivos para guiarse y ayudarse en la traducción de textos audiovisuales por lo que no muchos optaban por esta profesión, además en ese entonces aún no habían estudios, por ende, tampoco habían demasiadas guías dónde poder basarse ni tampoco investigaciones, Millán y Bartrina (2013) en su libro titulado *the Routledge Handbook of Translation Studies* define a la traducción audiovisual como un campo completo y diversificado lo que coincide con los datos obtenidos en cuanto a su historia y la falta de capacitación de ese entonces por lo que aún no habían investigación en comparación con ahora que se ha estudiado minuciosamente la traducción audiovisual y sus modalidades, además se han establecido parámetros que todo subtitulador debe seguir para brindar un producto de calidad que sea entendible para todos. Con la evolución de la tecnología y la expansión del internet y el cine muchas personas han podido disfrutar de contenido audiovisual creado en diferentes partes del mundo y han aparecido nuevas herramientas que han ayudado al subtitulador a cumplir su trabajo, tal y como lo dice Gambier y Pinto (2018) en su libro *audiovisual Translation: Theoretical and Methodological Challenges* donde explicaron que la traducción audiovisual ha ido evolucionando gracias a la tecnología y en la actualidad tanto películas como series son accesibles para todos y que la traducción audiovisual, en especial la subtitulación y el doblaje, están plenamente reconocidas por personas interesadas en el tema, entonces podemos decir que la tecnología es de gran ayuda para los que se dedican a la subtitulación ya que con los años las herramientas con las que se trabajan se han actualizado y cada cierto tiempo aparece una nueva o una mejora que nos permite seguir creciendo y creando contenido multimedia accesible para todos. Walt Disney en sus inicios trabajaba principalmente con Venezuela luego se

pasaron a Argentina donde estuvieron años pero con el tiempo volvieron a cambiar de país donde actualmente México es quien se lleva el 70% de trabajos audiovisuales. Perú, sin embargo, se examinó que la subtitulación no lleva mucho tiempo siendo ejercida y que tampoco hay muchas universidades que dictan la carrera de traducción e interpretación siendo la traducción audiovisual una rama estudiada.

El segundo objetivo específico fue determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica, como resultado se obtuvo: en Latinoamérica, Orrego et. al (2010) mencionó en su investigación que en Colombia se produce contenido multimedia subtitulado y doblado pero hay un desconocimiento por parte de la población sobre la carrera de traducción audiovisual, sin embargo, se halló que en este país las empresas multimedia mayormente trabajan con el 50% de subtituladores y el otro 50% no son profesionales, es decir, solo conocen el idioma y hay una escasez de capacitaciones sobre la TAV. Abril (2013) resaltó que la industria del subtitulado aún era pequeño y limitado y que no hay mucha experiencia en el trabajo de subtitulación, específicamente en Bogotá, había pocas empresas dedicadas a la subtitulación ya que la mayoría trabajaban como independientes y no se ofrecían programas de especialización por lo que conllevó a una escasez de profesionales dentro de esta modalidad. Orrego (2013) se refirió al mercado de la subtitulación como una industria en desarrollo, dentro de Colombia, los canales nacionales habían optado por el doblaje mientras que los canales privados se centraron en la subtitulación, así de esta manera ofrecían la verdadera calidad de los audios de las películas o series, también, dijo que en los cines de este país se ofrecen ambas modalidades (subtitulación y doblaje) En Chile, Diéguez (2016) indicó, hasta ese año, que a pesar de que haya mucho mercado en la traducción audiovisual ellos optaban por la traducción especializada u otros tipos de traducción desplazando así esta modalidad e hizo una sugerencia que fue incorporar la modalidad de subtitulación dentro de los planes de estudio de las universidades chilenas ya que en los últimos años se había podido observar un alto crecimiento del mercado. En Brasil, Lopes (2011) dijo que para ese año las cadenas televisas optaron por la subtitulación porque era más económico que el doblaje, por ende, el mercado de esta industria crecía

cada vez más. Barros (2016) mencionó que muchas personas optaban por la subtitulación, lo que generó mayor demanda laboral, además enfatizó la importancia de invertir mucho tiempo para lograr un producto de calidad. En Argentina, Santilli et. al (2020) mencionaron que el mercado de la subtitulación sigue en pleno desarrollo y que en este país existe una demanda laboral muy buena y que con los años seguirá creciendo por las nuevas plataformas de streaming y el refuerzo de las que ya existían hasta ahora, a causa de la pandemia han crecido mucho más, además mencionaron a la plataforma nueva de Disney+, esta empresa hasta el momento es la que trabaja mejor en cuanto a la traducción audiovisual, en especial el doblaje y el subtitulado, lo que brinda una buena calidad para todos los espectadores, en cuanto la plataforma de Netflix indicaron que también es muy buena incluso tiene sus propias directrices pero lamentablemente en la Argentina muchas asociaciones que brindan capacitaciones sobre la TAV solamente se basan en esta lo que no sería apropiado ya que existen muchas más y es mejor tener una gama de conocimientos que quedarse en una sola guía. TranslatorTraductora (2020) en una de sus entrevistas expuso sobre el mercado de la traducción audiovisual, enfocándose en la subtitulación, acá se mencionó que en la Argentina todos los egresados de esta carrera como mínimo cuentan con una maestría lo que vuelve su mercado más competitivo, además hicieron referencia a la compañía de Directv al darse cuenta que algunos programas tienen errores ortotipográficos dentro de la subtitulación, y lo que ellos especulan es que quizás es porque esta empresa al darles poco tiempo para entregar sus encargos los subtituladores no revisan su producto final además trabajan bajo mucha presión lo cual no es recomendable; por otro lado, los conductores mencionaron a una de las herramientas que se ha lanzado recientemente llamada Oona, este software se adapta muy bien con los encargos que dan las plataformas de streaming, y lo compararon con Subtitle Workshop y Subtitle Edit ya que estas trabajan igual de bien. Un reciente congreso dado por la facultad de derecho de la UBA (2021) mencionó que en la Argentina se está trabajando con la subtitulación accesible lo que les ha generado una amplia variedad de trabajos, también se mencionó que los trabajos de doblaje están creciendo en comparación con los años anteriores pero México es quien se sigue llevando gran cantidad de trabajo audiovisual. Además, un aspecto positivo de esta creciente es que se han creado

diferentes diplomados y cursos de especialización que son dadas por algunas universidades y por traductores audiovisuales que están capacitados como consecuencia brindan una enseñanza de calidad para poder internarse dentro del mercado de la subtitulación, asimismo se hace un llamado a las demás universidades para que refuercen su papel dentro de la traducción audiovisual. En Venezuela, Fuentes-Luque (2020) examinó la situación del mercado de la subtitulación y encontró que a causa de la crisis política que se vive allá, muchas compañías que solicitaban su servicio de subtitulación optaron por irse y contratar a personal de otro país latinoamericano, a pesar de que aún haya profesionales de esta carrera la demanda ya no es grande y los encargos son mínimos. Y si nos enfocamos en Latinoamérica en general, Santilli (s.f) resaltó la importancia de las herramientas de subtitulación, “la demanda de la subtitulación se ve más que todo en los canales de televisión y las plataformas de streaming, con el avance de la tecnología han aparecido nuevos softwares que ayudan al subtitulador a terminar más rápido con el encargo” además hizo un llamado a los subtituladores profesionales para que sigan en constante capacitación para así lograr cubrir toda la demanda laboral que existe en este continente. Camacho (2014) resaltó que mayormente algunas empresas que se dedican al rubro de contenido multimedia no optan por tener a un subtitulador dentro de su planilla sino que subcontratan mediante terceros ya que tratan de minimizar gastos. Agulló (2021) dijo que al aparecer más cines, plataformas digitales la industria crecerá aún más y se estima que se ganará millones más en el futuro, y, los estrenos de series norteamericanas en Latinoamérica se han reducido el tiempo de espera, ahora solo se toman días, por ejemplo, algunas series actuales se estrenan solo un día después de su estreno en Estados Unidos o incluso llegan a demorar una semana pero no sobrepasan este límite.

En cuanto a Perú, Villanueva et. al (2017) encontró que las empresas de subtitulación y los subtituladores independientes ofrecen sus servicios en páginas web de servicio, guías electrónicas de empresas, directorios de asociaciones profesionales, entre otros. A falta del conocimiento de la formación que existe en el Perú en cuanto a la traducción audiovisual, hay poca demanda laboral. Bravo (2018) resaltó también que no existen muchos trabajos de

subtitulación y que aún este mercado está en pleno auge, también halló que los que prestan este servicio mayormente son traductores no colegiados.

Partiendo de todos los datos obtenidos acerca de los aspectos positivos y negativos que el mercado de la subtitulación ha traído se observó que debido a la demanda creciente en toda Latinoamérica se han creado nuevas herramientas de subtitulación que permite al trabajador presentar un buen producto, claro, no se puede decir que este pueda reemplazar el trabajo de un subtitulador ya que sabemos que las máquinas no pueden hacer todo el trabajo ya que es necesario de una mente humana para poder adaptar los textos y transmitir el mensaje original en diferentes idiomas tal y como lo dice Álvarez (2018), en su investigación titulada *los desafíos digitales en el mercado de la traducción*, donde se explicó que gracias a la digitalización muchos traductores y traductores audiovisuales pueden trabajar para diferentes países y con la globalización la tecnología ha avanzado lo que es de ayuda para un subtitulador porque reducen el trabajo, aun así se necesita de la presencia de una persona para que pueda diferenciar los culturemas, humor, etc.. Al haberse desarrollado más el mercado de la subtitulación ha generado mayor demanda y expansión de los productos cinematográficos de las compañías y ahora todas las personas tienen acceso a este contenido, Bruti y Perego (2015), en su libro *Subtitling Today: Shapes and Their Meanings* analizaron a la subtitulación y lo definen como una modalidad que permite a las personas disfrutar de contenido audiovisual en sus idiomas nativos y esto se ha dado gracias a los profesionales de la subtitulación y de las demás modalidades de la traducción audiovisual que han permitido que toda la población mundial pueda ver la mayor parte de los archivos multimedia existentes hasta el día de hoy. Además en forma general, los canales internacionales privados cuentan con el subtitulado para poder disfrutar de una película en su versión original lo que es un punto a favor para los subtituladores, incluido las plataformas que ya cuentan con subtitulación accesible para personas con discapacidad auditiva, esto concuerda con lo que dice Carroll et. al (2012) en su libro *Audiovisual Translation and Media Accessibility at the Crossroads*, ellos mencionaron que dentro de todo este mercado a nivel de Latinoamérica los más destacados como en las comparaciones anteriores, el subtitulado es una modalidad que tiene mayor

oferta por la aparición de plataformas en línea, la televisión, así como las productoras de cine y televisión que venden el material ya con el subtítulo incluido dentro del producto multimedia lo que ha generado mayor demanda para los subtituladores y doblajistas, esta afirmación sigue vigente y ,es más, con los años seguirá creciendo este mercado dando lugar a más trabajo para los subtituladores. En cuanto a la calidad profesional se observó que Argentina y México son predominantes, en la Argentina todos los que trabajan en la industria de la subtitulación mínimo cuentan con una maestría lo que ha generado mayor competitividad y México que es famoso por sus doblajes y subtitulado, actualmente se lleva casi todo el trabajo de doblaje y subtitulado; Burgos y López (2010) en su investigación *La situación del mercado laboral de profesionistas* recalcó que el mercado laboral es un campo competitivo donde debe existir oferta y demanda lo cual se adecua al mercado de la subtitulación, hay muchas personas que se especializan y a causa de las plataformas de streaming y las películas de los cines existe una demanda que debe ser cubierta por los subtituladores que ofrecen un producto de calidad. En cuanto a algunos aspectos negativos se pudo rescatar que debido a la creciente demanda de traducción audiovisual han aparecido los subtituladores amateurs que brindan su servicio por un precio bajo en comparación de los profesionales, también la aparición de programas de subtitulado que en forma directa pasa los subtítulos a los videos por lo que empresas chicas o no tan conocidas optan por este medio lo que da como resultado un producto precario, Di Giovanni y Gambier (2012) en su libro *Reception Studies and Audiovisual Translation* mencionaron que con los nuevos programas que ofrecen la traducción de los textos narrados en un video le quita trabajos a los subtituladores y que con el avance de la tecnología los artefactos inteligentes han facilitado todo para el ser humano, lo cual es verdad así que la tecnología puede jugar a favor o en contra de un traductor audiovisual. En Perú, la situación es distinta, existen desventajas como por ejemplo la falta del apoyo del Estado, la carencia de universidades que ofrezcan el programa de traducción audiovisual en todo el Perú, los subtituladores peruanos tienden a trabajar con empresas poco conocidas, el mercado aún está en pleno desarrollo y se espera que con el futuro no sea necesario salir del país para obtener una buena especialización en la modalidad de subtitulación que es muy requerida en toda Latinoamérica. Todos los países en este continente cuentan con el español

neutro que es una ventaja para todos, ahora solo queda que esta industria siga creciendo y genere más trabajo para todo aquel que cuente con una buena calidad profesional y así brindar el mejor servicio.

Y por último, el tercer objetivo específico que fue proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú.

LINEAMIENTOS A TOMAR EN CUENTA PARA ENFRENTAR EL MERCADO DE LA SUBTITULACIÓN EN EL PERÚ

En base al análisis de los resultados del instrumento se procedió a crear algunos lineamientos que un subtitulador debe tener en cuenta.

- Aspecto tarifario: tratar de estandarizar el tipo de cobro, es decir, se recomienda cobrar por minuto y no por palabra, tratar de trabajar con clientes directos.
- Aspecto académico – profesional: El subtitulador deberá seguir promocionándose en las diferentes páginas web existentes para mantenerse dentro del mercado, además, seguir capacitándose en cuanto a las nuevas herramientas de subtitulación.
- Aspecto formal: Pertenecer al Colegio de Traductores del Perú, brindar recibos de pago.

Alfonso (2019) en su tesis *Manual para definir los lineamientos estratégicos de una organización* define a los lineamientos como un objetivo que se intenta cumplir en un determinado lapso de tiempo y que toma en cuenta los aspectos y factores clave dentro de una organización o sector, además que se le atribuye el sinónimo de estrategia. Y tenemos a Cachay (2017) en su tesis *Influencia de los lineamientos estratégicos en la cultura organizacional en las MYPES agroindustriales de la provincia de Huánuco del 2016* donde afirma que los lineamientos pueden ser estratégicos, además define al lineamiento como una explicación o una declaración de principios, y puede ser un plan de acción o un programa que cuenta una organización o rubro que se integra por normas. Entonces los lineamientos planteados anteriormente se adecuan a la definición dada por ambos autores, estos lineamientos o estrategias permitirán que el subtitulador pueda estar vigente dentro del mercado de la subtitulación, al promocionarse no solo debe ser mediante las páginas web sino también

mediante correos electrónicos, un consejo dado por un subtitulador argentino, como mínimo deben ser 100 correos ya que es muy probable que de esa cantidad solo responda una empresa o dos. Por otro lado, el tomar como referencia las tarifas extranjeras ayuda a normalizar el tipo de cobro por un encargo de subtitulación, por lo que es recomendable cobrar por minuto. Un hallazgo que se hizo en el 2017 fue que los subtituladores que brindan este servicio no pertenecen al Colegio de Traductores del Perú por lo que se les invita a formar parte de esta entidad ya que se les abrirá más puertas porque contarán con una acreditación de la calidad que estos brindan. Así como seguir una constante capacitación en cuanto a nuevos softwares que nos brindará mayor facilidad para terminar con un encargo dentro del plazo establecido y también trabajar con clientes directos, al inicio será duro crear una cartera de clientes pero luego que se logre cumplir con este lineamiento, recibir encargos de subtitulación será más fácil.

V. CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo general, que fue analizar el mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, se evidenció que tanto para Perú como para Latinoamérica, el subtitulador debe mantenerse en constante capacitación para poder estar al día de los cambios que puedan existir en el futuro. El mercado de la subtitulación en el Perú aún está en pleno desarrollo, tampoco existe mucha demanda laboral en comparación con otros países de Latinoamérica como Argentina, México, Colombia etc. donde hay una buena demanda laboral; dentro de nuestro país, a pesar de que haya una formación, las grandes compañías de streaming o cinematográficas no trabajan con ninguna agencia de subtitulación peruana, además, se halló que estos profesionales no están dentro del Colegio de Traductores del Perú.

Con respecto al primer objetivo específico, que fue describir la historia del mercado de la subtitulación en Latinoamérica, se vio que el mercado de la subtitulación tuvo altos y bajos y que con el tiempo este se fue posicionando en todo el mundo generando mayor demanda laboral para los traductores audiovisuales especializados, la globalización y la expansión de los cines también generó demanda laboral para los traductores audiovisuales, y ahora, a causa de la pandemia las compañías de streaming han generado mayor demanda laboral para ellos. En cuanto a Perú, este mercado recién se dio a partir de la segunda década del siglo XXI por lo que hasta el momento aún sigue creciendo y no hay mucha documentación acerca de este mercado.

Con respecto al segundo objetivo específico, que fue determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y Latinoamérica, se dedujo que, en cuanto a los aspectos positivos se puede decir que ahora todos los países pueden disfrutar de una buena película, la aparición de compañías de streaming han permitido a muchas personas adquirir contenido audiovisual en su propio idioma ya sea subtitulada o doblada, a consecuencia de ello, la profesión de la subtitulación ha sido más conocida en todo el mundo. Además, se han creado una variedad de diplomados y cursos en línea para seguir capacitándose en esta coyuntura actual; también, tenemos las herramientas de subtitulado que han ayudado al subtitulador a cumplir con su trabajo. En cuanto a los aspectos negativos de este mercado se encontró la gran

acogida que tienen los subtituladores amateurs que han desplazado en parte a los subtituladores profesionales ya que estos trabajan por un bajo precio y algunas empresas han optado por ellos con el fin de economizar. Además de la aparición de programas que subtitulan los videos de forma directa lo que genera trabajos de muy mala calidad pero existen personas que prefieren este tipo de producto para evitar trabajar con profesionales, por otro lado, hay algunas empresas que evitan trabajar de forma directa lo que conlleva que los subtituladores sean contratados por terceros lo que no beneficia al profesional.

Con respecto al tercer objetivo específico, que fue proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú, se hizo una propuesta rescatando las mejores estrategias para seguir vigentes dentro de este mercado y crecer junto a él. Como el hecho de seguir promocionándose y no quedarse con algunas postulaciones, es mejor tener el derecho de elegir que seguir esperando la respuesta de la misma empresa a la que se le haya enviado un correo, por otro lado tratar de estandarizar un tipo de cobro que sería por minuto, asimismo se debe colegiar para que nuestras traducciones audiovisuales tengan peso y brinde confianza ya que estaremos avalados por una entidad peruana, por otra parte, brindar recibos de pagos que puedan certificar un contrato entre emisor y receptor ya que este cuenta con una validez legal.

VI. RECOMENDACIONES

Profundizar en el estudio del mercado de la subtitulación en el Perú y Latinoamérica.

Entrevistar a traductores audiovisuales peruanos y de los demás países de Latinoamérica para poder tener una idea más clara sobre cómo es que ellos logran aplicar para encargos de subtitulación.

Crear más estrategias que ayuden al Perú a crecer dentro de este mercado tan grande que es la traducción audiovisual para así hacerse un nombre dentro de Latinoamérica.

Se recomienda a los futuros investigadores añadir más variables para su posterior comparación y ver si guardan relación, además se les recomienda añadir nuevas técnicas de recolección de datos para que el trabajo sea cuantitativo y se puedan mostrar los resultados en números y porcentajes, lo que facilitará al lector el entendimiento con respecto a sus objetivos.

REFERENCIAS

- Abril, J. (2013). *Industria de la subtítulos y doblaje en Bogotá: factores que afectan su internacionalización* [Tesis para obtener título profesional, ean Universidad]. Repositorio institucional <http://hdl.handle.net/10882/3784>
- Agulló, B. (2021). Technology for subtitling: a 360-degree turn. *Hermēneus. Revista de traducción e interpretación*, 22, 11–40.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7806512>
- Alfonso, L. V. (2019). *Manual para definir los lineamientos estratégicos de una organización*. [tesis de pregrado, universidad militar nueva Granada]. Repositorio Institucional UMNG.
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/34893/AlfonsoRodriguezLeidyVanessa2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Álvarez, M. (2018). Los desafíos digitales en el mercado de la traducción. *Dialnet*, 7(2), 193–215.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7104981>
- Andújar, G., y Brumme, J. (2010). *Construir, deconstruir y reconstruir: Mímesis y traducción de la oralidad y la afectividad* (Vol. 31). Frank & Timme.
- Angulo, G. M., Quejada, R., y Yáñez, M. (2012). Educación, mercado de trabajo y satisfacción laboral: el problema de las teorías del capital humano y señalización de mercado. *Revista de la educación superior*, 41(163), 51-66. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602012000300002&lng=es&tlng=es.

- Arias, F. (2012) Proyecto de Investigación. Guía para su elaboración. (6ª Edición). Caracas. Editorial Episteme. <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arnáiz, V. (2012). La subtitulació. Aspectes teòrics i pràctics. *Hermeneus*, 15, 351–354.
<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d10ab324-bcb2-4b1d-b373-313a11d41581%40sessionmgr4006>
- Ávila-Moreno, C., Herrán-Camargo, K., Muñoz-Bernal, A., Rodríguez-Rojas, N. y Torres-Ortiz, D. (2020). La subtitulación audiovisual en un mundo globalizado, ¿cumple su función? *Comunicación, Cultura y Política*, 9.
<https://doi.org/10.21158/21451494.v9.n0.2018.2729>
- Barros, L. (2006). *Tradução audiovisual: a variação lexical diafásica na tradução para dublagem e legendagem de filmes de língua inglesa*. [Tesis de pregrado, Universidade de São Paulo]. Repositorio USP.
www.teses.usp.br
- Bravo, K. (2018). *Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en lima, 2018*. [Tesis para obtener título profesional, César Vallejo]. Repositorio digital institucional
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/24294>
- Burgos, B., y López, K. (2010). La situación del mercado laboral de profesionistas. *Revista de la educación superior*, 39(156), 19–33.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602010000400002

Bruti, S., & Perego, S. (2015). *Subtitling Today: Shapes and Their Meanings*. Cambridge Scholars Publishing.

Cachay, D. A. (2017). *Influencia de los lineamientos estratégicos en la cultura organizacional en las MYPES agroindustriales de la provincia de Huánuco del 2016*. [tesis de pregrado, universidad de Huánuco]. Repositorio UDH.

http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/321/T047_705_06531T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Camacho, P. (2014). Los subtítulos cinematográficos un puente entre culturas. *Dialnet*, 6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4721908>

Carroll, M., Orero, P., & Remael, A. (2012). *Audiovisual Translation and Media Accessibility at the Crossroads*. Brill.

Chaume, F. (2019, agosto). *Chapter 5. Audiovisual translation in the age of digital transformation: Industrial and social implications*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/335094260>

Di Giovanni, E., & Gambier, Y. (2018). *Reception Studies and Audiovisual Translation*. John Benjamins Publishing Company.

Díaz, F. C. (2017, 5 marzo). *Traducción audiovisual: Un mercado en auge*. TradVisual. <http://tradvisual.com/auge-traduccion-audiovisual/>

- Diéguez, M. (2016). *Estudio de mercado de la traducción en Chile (2015)*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica de Chile]. UC Repositorio. http://programas.letras.uc.cl/images/Informe%20estudio%20mercado%20traducci%C3%B3n%202015_FINAL.pdf
- Diéguez, M., Lazo, R., y Quezada, C. (2014). Estudio de mercado de la traducción en Argentina, Chile y España: perfil académico y profesional de los traductores. *Onomázein Revista de lingüística, filología y traducción*, 30, 70–89. <https://doi.org/10.7764/onomazein.30.6>
- Dulzaides, M., y Molina, A. (2004). Análisis documental y de información: Dos componentes de un mismo proceso. *Scielo*, 12(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352004000200011
- Facultad de derecho de la UBA (2021, del 21 al 24 de septiembre). El mercado de la traducción audiovisual: preparación, clientes y herramientas [Congreso]. *III congreso universitario de formación en traducción e interpretación*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Facultad de derecho de la UBA (2021, del 21 al 24 de septiembre). Español neutro y cultura: dos asignaturas pendientes. [Congreso]. *III congreso universitario de formación en traducción e interpretación*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Facultad de derecho de la UBA (2021, del 21 al 24 de septiembre). Seguir creciendo en tiempos de pandemia. [Congreso]. *III congreso universitario de formación en traducción e interpretación*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

- Fuentes-Luque, A. (2020). La traducción audiovisual en Venezuela: Aspectos históricos, técnicos y profesionales. *Sendebare*, 31(0), 51–68.
<https://doi.org/10.30827/sendebare.v31i0.11802>
- Gambier, Y., & Pinto, S. R. (2018). *Audiovisual Translation: Theoretical and Methodological Challenges*. John Benjamins Publishing Company
- García, J. (2021, 18 marzo). *Los subtítulos automáticos en tiempo real de google chrome ya están disponibles: Así funcionan y se activan*. Xataka.
<https://www.xataka.com/aplicaciones/subtitulos-automaticos-tiempo-real-google-chrome-estan-disponibles-asi-funcionan-se-activan>
- Gómez, L. (2010). Un espacio para la investigación documental. *Dialnet*, 1(2), 226–233. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4815129>
- González, M. (2018). *Técnicas e instrumentos - tema 10: Análisis de Documentos*. Slideshare.
<https://es.slideshare.net/marcosromangonzalez/tcnicas-e-instrumentos-tema-10-analisis-de-documentos>
- González, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Revista Iberoamericana de Educación*, 29.
<https://rieoei.org/historico/documentos/rie29a04.htm>
- Hernández M. (2016). El plagio académico en la investigación científica. Consideraciones desde la óptica del investigador de alto nivel. *Scielo*, 38(153). <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2016.153.57639>

- Jaramillo, O. (2015). Pertinencia del perfil de los profesionales de la información con las demandas del mercado laboral. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2),111-120.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179038631003>
- Lopes, S. (2011). Tecnologia digital, acessibilidade e novos mercados para o tradutor audiovisual. *Tradução em revista*, 2011(11).
<https://doi.org/10.17771/pucrio.tradrev.18880>
- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada definición, propiedad intelectual e industria. *Dialnet*, 3(1), 47–50.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>
- Martí, J. L. (2012). Nueva aproximación al cálculo de velocidades de lectura de subtítulos. *TRANS. Revista de Traductología*, 16, 39–48.
<https://doi.org/10.24310/trans.2012.v0i16.3210>
- Mayoral, R. (2002). Nuevas perspectivas para la traducción audiovisual. *Dialnet*, 13, 123–140.
http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Nuevas_Perspectivas_TAV.pdf
- Mendoza, M. (2015). *El doblaje y el español neutro en las películas de animación de Disney*. [tesis para obtener título profesional, Universitat de VIC, universitat central de Catalunya]. Repositori institucional de la UVIC
<http://hdl.handle.net/10854/4144>
- Millán, C., & Bartrina, F. (2013). *The Routledge Handbook of Translation Studies*. Taylor & Francis.

Nuñez, R. (s. f.). *El rigor científico en la investigación cualitativa*. Gestipolis.

<https://www.gestipolis.com/rigor-cientifico-la-investigacion-cualitativa/#:%7E:text=Tiene%20que%20ver%20con%20el,el%20investigador%20con%20las%20personas.>

One Hundred Years of Cinema. (2016, 5 octubre). *1927: The Jazz Singer - How the Movies Learnt to Talk*. [Vídeo] YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZIAt2lcg5ZM>

Orrego, D. (2013). Avance de la traducción audiovisual: desde los inicios hasta la era digital. *Mutatis Mutandis. Revista Latinoamericana De Traducción*, 6(2), 297-320.

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/mutatismutandis/article/view/1708>

[1](#)

Orrego, J., Alarcón, N., Olaya, C., y Pérez, K. (2010). Situación actual de la traducción audiovisual en Colombia. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 15(26), 17–39.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-34322010000300002

Rosa, R. (2016, 15 junio). *Cine mudo - Historia, ejemplos y cosas a tener en cuenta* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=Xnf3C5rhfbQ>

Salmodi, M. F. (2016, 23 abril). «*Panorámica de la traducción audiovisual: modalidades, mercado, historia y nuevas tendencias*», por Frederic

- Chaume Varela. TAVArgentina. <http://tavargentina.com/2016/04/vi-congreso-frederic-chaume/>
- Santilli, D. (2017, febrero). *Netflix va por todo en el mercado mundial de la traducción audiovisual*. Languages & The Media. <http://www.bibliotecact.com.ar/PDF/06887.pdf>
- Santilli, D. (s. f.). *El mercado de la traducción audiovisual en América Latina*. Academia. https://www.academia.edu/25032178/El_mercado_de_la_traducci%C3%B3n_audiovisual_en_Am%C3%A9rica_Latina
- Stefanini, M., y Lima, R. (2018). “5x favela, agora por nós mesmos”: Um estudo sobre legendagem e audiodescrição. *Cadernos de Tradução*, 38(2), 219–240. <https://doi.org/10.5007/2175-7968.2018v38n2p219>
- Santilli, D., Arias, B., Parra, G. (2020). Episodio 2: español neutro con Gabriela Scandura. [Podcast]. <https://www.ensincroniapodcast.com/1112315/4759427-episodio-2-espanol-neutro-con-gabriela-scandura>
- Santilli, D., Arias, B., Parra, G. (2020). Episodio 6: Presente y futuro de la traducción audiovisual con Jorge Díaz-Cinta. [Podcast]. <https://www.ensincroniapodcast.com/1112315/5669905-episodio-6-presente-y-futuro-de-la-traduccion-audiovisual-con-jorge-diaz-cintas>
- Santilli, D., Arias, B., Parra, G. (2020). Episodio 9: Cómo acceder al mercado laboral con Mariana Costa. [Podcast].

<https://www.ensincroniapodcast.com/1112315/6647089-episodio-9-como-acceder-al-mercado-laboral-con-mariana-costa>

TranslatorTraductora. (2020, 20 julio). *XVI Encuentro virtual*

@*translatortraductora* - *La traducción audiovisual en Latinoamérica*.

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vWxP4YZ-YsY>

Turnitin, LLC. (s. f.). *Empower students to do their best, original work*. Turnitin.

Recuperado 8 de junio de 2021, de <https://www.turnitin.com/>

UNED Radio. (2014, 13 enero). *Traducción audiovisual y accesibilidad en los*

medios. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=U4rzZkzDtVo>

Universidad César Vallejo. (2015, 7 junio). *Chaume: «La industria de traducción*

audiovisual en el país debe utilizar el español peruano». [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=if1BmeZS5fg>

Valdivia, H. (2014, 11 abril). *Donde se doblan las películas al español neutro*.

Taringa! https://www.taringa.net/+info/donde-se-doblan-las-peliculas-al-espanol-neutro_ukmbe

Vargas, S. (2013) cómo construir categorías de análisis.

https://issuu.com/silegarva/docs/cómo_construir_categorías_de_análisis

Velasco, A. (2015, septiembre). *Fichas técnicas metodología de la*

investigación. ResearchGate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2553.1362>

Véliz, A. (2009). *Proyectos comunitarios e investigación cualitativa* (5ta ed).

Caracas: Texto C. A Caracas.

<https://www.goodreads.com/book/show/50049877-proyectos-comunitarios-e-investigacion-cualitativa>

Villanueva, I., Hermoza, F., & Bravo, M. (2017). Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú.

Mutatis Mutandis. Revista Latinoamericana de Traducción, 10(2), 123–

148. <https://doi.org/10.17533/udea.mut.v10n2a05>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

PROBLEMA	OBJETIVOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
¿Cómo se encuentra el mercado de la subtitulación en el Perú en comparación con los demás países de Latinoamérica?	<p>Objetivo general: Analizar el mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica.</p> <p>Objetivos específicos: Describir la historia del mercado de la subtitulación en Latinoamérica.</p> <p>Determinar los aspectos positivos y negativos del mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica.</p> <p>Proponer lineamientos a tomar en cuenta para enfrentar el mercado de la subtitulación en el Perú.</p>	El mercado de la subtitulación	<p>La historia del mercado de la subtitulación en Perú y los demás países de Latinoamérica.</p> <p>Estado actual del mercado de la subtitulación en Latinoamérica (demanda laboral, calidad profesional).</p> <p>Mercado actual de la subtitulación en el Perú.</p>

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

FICHA DE ANÁLISIS

- Para responder a los objetivos tanto principal como secundarios se realizará una ficha de análisis donde se agruparán los documentos encontrados por página web.

Página web 1 (nombre de página)

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú				
En Latinoamérica				
Análisis				

ANEXO 3: VALIDACIONES DEL INSTRUMENTO FICHA DE ANÁLISIS

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos del experto: Angela Pamela Mariño Zegarra
1.2. Grado académico: Magister
1.3. Cargo e institución donde labora: Gerente Titular. PMZ Translation Services
1.4. Nombre del instrumento a validar: Ficha de análisis

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de investigación.		X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

V. OBSERVACIONES:



Lima, 21 de junio de 2021

Firma del experto
DNI: 41859832
Teléfono: 987-203946

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos del experto: Laura Ríos Valero
- 1.2. Grado académico: Magister
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente UCV
- 1.4. Nombre del instrumento a validar: Ficha de análisis

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		X
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		X
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		X
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		X
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de investigación.		X
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		X
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		X
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

X

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

V. OBSERVACIONES:

--

Lima, 14 de junio 2021

Firma del experto

DNI: 4538813

Teléfono: 6062208

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos del experto: Alicia Elizabeth Estrada Santos
- 1.2. Grado académico: Magister
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente de francés-Universidad César Vallejo Trujillo
- 1.4. Nombre del instrumento a validar: Ficha de análisis

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		✓
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		✓
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		✓
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		✓
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de investigación.		✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		✓
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		✓

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

SI

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

V. OBSERVACIONES:

--

Trujillo, 15 de junio de 2021

Alicia Elizabeth Estrada Santos

Firma del experto

DNI: 18028830

Teléfono: 949 367 324

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Nombres y Apellidos del experto: Dámaris Suelí Johanson Valdivia
- 1.2. Grado académico: Maestra en educación
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente de francés – UCV Trujillo
- 1.4. Nombre del instrumento a validar: Ficha de análisis

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIO	INDICADORES	1	2
		POR MEJORAR	ACEPTABLE
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		x
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y principios científicos.		x
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.		x
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		x
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		x
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las variables de investigación.		x
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		x
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre el problema, objetivos, variables e indicadores.		x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr probar las hipótesis.		x
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		x

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación

x

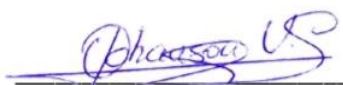
IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

20

V. OBSERVACIONES:

--

Trujillo, 28 de junio de 2021



Firma del experto

DNI: 42583517

Teléfono: 947735142

ANEXO 4: FICHAS DE ANÁLISIS

Página web 1 “Scielo”

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú	-	-	-	-
En Latinoamérica	Orrego et. al (2010) explica que la traducción audiovisual ha ido creciendo gradualmente en Colombia, a causa de la producción de películas dentro de este país y su exportación ha llevado que haya más profesionales de la TAV, además del alto consumo de películas y series dentro de este país.	Colombia produce contenido multimedia subtitulado y doblado pero hay un desconocimiento por parte de la población sobre la carrera de subtitulación (Orrego et. al, 2010).	El mercado colombiano opta por el contenido audiovisual subtitulado lo que genera que más subtituladores tengan demanda laboral (Orrego et. al, 2010).	Las empresas multimedia mayormente trabajan con el 50% de subtituladores y el otro 50% no son profesionales, es decir, solo conocen el idioma. Existe una necesidad de capacitación sobre la TAV (Orrego et. al, 2010).
Análisis	Los autores destacan la TAV como una carrera que ha ido creciendo con el tiempo, a pesar de existir esta profesión en Colombia los demás no tienen conocimiento sobre el rol de un subtitulador a pesar de ello si existe una demanda laboral tanto para el doblaje como para la subtitulación. Con respecto a la calidad profesional, las empresas multimedia suelen trabajar con personas que no son profesionales de traducción audiovisual y con personas que sí lo son, lo que demuestra que no todos los productos son de calidad ni pasan por una revisión antes de ser lanzadas al público.			

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú		El mercado de la traducción audiovisual está liderado por la subtitulación. Los traductores no colegiados son los que ofrecen el servicio de traducción audiovisual (Bravo, 2018).	Las empresas multimedia y de publicidad son los que mayormente solicitan el servicio de subtitulación y/o doblaje. La demanda actual aun no es muy grande ya que la carrera de traducción audiovisual está en pleno auge (Bravo, 2018).	Se muestra una educación especializada sobre las normas de este ámbito, esto quiere decir que los profesionales están debidamente preparados (Bravo, 2018).
En Latinoamérica	Los inicios de la traducción audiovisual se dieron con los intertítulos, esta fue la primera modalidad y se plasmó en una película de los hermanos Lumiere (Abril, 2013).	En Colombia, la industria del subtitulado es pequeño y limitado. No hay mucha experiencia en la modalidad de subtitulación (Abril, 2013). Si nos enfocamos en Chile, país vecino de Perú, se puede observar que los profesionales de traducción no se inclinan por una especialización en traducción audiovisual, desplazándola después de la traducción especializada, herramientas de traducción, metodología, etc. (Diéguez, 2016).	En Bogotá hay pocas empresas dedicadas a la subtitulación ya que la mayoría trabajan como independientes (Abril, 2013). En Brasil, mencionan que el subtitulado viene desde hace años y que muchas personas optan por esta submodalidad al igual que del doblaje y que este trabajo no es fácil, se tiene que invertir mucho tiempo para lograr un producto de calidad. (Barros, 2006)	No se ofrecen programas de especialización por lo que conlleva a una escasez de profesionales dentro de esta modalidad (Abril, 2013). Se sugiere incorporar la modalidad de subtitulación dentro de los planes de estudio de las universidades chilenas ya que en los últimos años se ha podido observar un alto crecimiento (Diéguez, 2016).
Análisis	Tomando en cuenta a los autores se puede explicar que en el Perú existe una demanda laboral pero sigue siendo mínima si lo comparamos con otros países de Latinoamérica; las empresas que requieren de este tipo de servicio son empresas multimedia, sin embargo se puede resaltar que en este país se dictan cursos y se puede formar en traducción audiovisual lo que genera un punto a favor para el crecimiento del país dentro de este mercado. Por otro lado, tenemos a Colombia, se resalta que aún no hay mucha experiencia dentro de este rubro ya que no hay programas de especialización lo que impide la exportación de contenido realizado en el propio país. Luego tenemos a Chile, un país que tiene frontera con nuestro país por el lado sur, a pesar de que haya una demanda laboral en lo que respecta a la subtitulación vemos que no existe una inclinación por la traducción audiovisual en general, la modalidad más trabajada en este país es la traducción especializada así como la enseñanza de esta dentro de las universidades. En Brasil, se hace mención que la traducción audiovisual en especial el subtitulado se ha desarrollado desde hace años atrás y se resalta que en este entonces no era fácil hacer el trabajo de subtitulación a causa de los equipos que se usaban pero gracias al avance tecnológico y al internet ahora hay softwares que facilitan el trabajo solo se debe tener una constante capacitación en este tipo de herramientas que evolucionan todos los días.			

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú	Con respecto a Perú, a partir de la segunda década del siglo XXI se desarrollaron cambios importantes dentro de la traducción, lo que incluyó la submodalidad de subtitulación, y para el año 2013 algunas universidades lo incluyeron como asignatura de pregrado y posgrado. Además, para el 2015 ya se celebró el primer congreso internacional de traducción audiovisual ofrecido por la universidad César Vallejo (Villanueva et. al, 2017).	Las empresas de subtitulación y los subtituladores independientes actualmente ofrecen sus servicios en páginas web de servicio, guías electrónicas de empresas, directorios de asociaciones profesionales, entre otros (Villanueva et. al, 2017).	A pesar de que la submodalidad de subtitulación no sea tan conocida en el Perú sí existe una demanda laboral pero no hay demasiados encargos, y las empresas que solicitan este tipo de encargos mayormente son de festivales de cine, empresas de marketing, videos de ingeniería, etc. (Villanueva et. al, 2017).	La formación universitaria en lo que es la subtitulación debería ser una de las mejores dentro de la carrera de traducción e interpretación ya que se cuenta con el español neutro, lo que es una ventaja para seguir creciendo dentro de la traducción audiovisual (Villanueva et. al, 2017).
En Latinoamérica	En Colombia, el Acuerdo 01 de 2012 de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) establece que los canales nacionales y regionales deben implementar mecanismos que brinden el acceso a la población sorda y con limitaciones auditivas, por lo que conllevó a la especialización en traducción audiovisual y ahora ya existe una demanda laboral dentro del subtitulado (Orrego, 2013).	Los estrenos de series norteamericanas en Latinoamérica se ha reducido el tiempo de espera, ahora solo se toman días, por ejemplo, la serie Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D. se estrenó solo un día después de su estreno en Estados Unidos; la tercera temporada de American Horror Story, solo una semana después y la cuarta temporada de la popular serie The Walking Dead se estrenó en 125 países un día después de su estreno oficial en los Estados Unidos. En el caso de Colombia, el avance en este sentido ha sido mucho más lento. En la actualidad, solo algunos programas de cada canal y los programas de noticias tienen la posibilidad de activar los subtítulos (Orrego, 2013).	En la situación de Latinoamérica, las modalidades de subtitulación y doblaje son aceptados, por ejemplo, en Colombia dentro de la televisión, las cadenas abiertas han preferido ampliamente el doblaje, mientras que las cadenas de pago se han diferenciado por ofrecer material subtitulado. Esta situación se repite a nivel del continente, dado que muchas cadenas de televisión privadas de pago operan a nivel regional. En los cines es común encontrar ambas opciones y es el espectador quien decide cuál elegir (Orrego, 2013).	
Análisis	Dentro de esta ficha de análisis se menciona que el subtitulado en el Perú se dio a partir de la segunda década del siglo XXI y con los años algunas universidades incluyeron el programa de traducción audiovisual como parte de la currícula universitaria, con respecto al mercado laboral se puede deducir que aún está en pleno desarrollo, a pesar de que si haya trabajos de subtitulación no es tan grande como se da en los demás países de Latinoamérica, una vez más se resalta a las empresas de publicidad como las que optan por un servicio de subtitulado así como subtitulado para los festivales de cine, entre otros. En lo que concierne a Colombia, a causa del Acuerdo 01 de 2012 de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) la demanda laboral de los subtituladores creció ya que este acuerdo dice que todos los canales deben tener mecanismos que brinde el acceso a la población con limitaciones auditivas así como a la población totalmente sorda; demás en estudios realizados en este país se pudo dar cuenta que el doblaje es una de las modalidades más usadas en los canales nacionales mientras que los canales internacionales optan por el subtitulado. Y si nos enfocamos en Latinoamérica en general podemos rescatar que hoy en día esta industria ha crecido considerablemente y los estrenos de Norteamérica tan solo demoran unos días para llegar a nuestro continente.			

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú				
En Latinoamérica	-	Existen muchos encargos de traducción audiovisual, se hace mención a la subtitulación accesible, este tipo de modalidad es la que se está usando más en este país y en los demás países lo que genera una amplia variedad de opciones que puedes elegir al momento de hacer un encargo de subtitulación. En cuanto al consumo de productos multimedia subtitulados en algunas ciudades de Argentina es mayor a la cantidad de productos multimedia doblado, siendo la zona norte los lugares que consumen mayor material subtitulado (Facultad de derecho de la UBA, 2021).	La demanda actual en Argentina ha ido en desarrollo, a pesar que la subtitulación es la modalidad que se ha trabajado desde años, el doblaje ha empezado a crecer muchísimo más en comparación con los demás países de Latinoamérica a excepción de México, ya que ellos se llevan el 70% de todos los encargos de traducción audiovisual. (Facultad de derecho de la UBA, 2021).	En la Argentina existen diferentes diplomados, maestrías y cursos que son dados por algunas universidades de renombre dentro de la TAV, pero es necesario que se amplie las ofertas de capacitación que sean dictadas por profesionales válidos, y se hace un llamado a las demás universidades para que refuercen su papel en lo que es la traducción audiovisual en general (Facultad de derecho de la UBA, 2021).
Análisis	En el congreso dado recientemente por la UBA se analizó el mercado actual de la subtitulación, especialmente en Argentina, se está trabajando con la subtitulación accesible lo que les ha generado una amplia variedad de trabajos también se menciona que los trabajos de doblaje están creciendo en comparación con los años anteriores pero México es quien se sigue llevando gran cantidad de trabajo audiovisual. Además, en la Argentina existen diferentes diplomados y cursos de especialización dados por algunas universidades y por traductores audiovisuales que están capacitados lo que brinda una enseñanza de calidad para así poder internarse dentro del mercado de la subtitulación, asimismo se hace un llamado a las demás universidades para que refuercen su papel dentro de la traducción audiovisual.			

Mercado de la subtítulos				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú				
En Latinoamérica	Con la aparición de los DVDs, Blu-Ray y la expansión del internet, el subtítulo ha sido beneficiado a gran escala y ahora existe una gran demanda que con los años seguirá creciendo por las plataformas de streaming como HBO, Hulu, Netflix, etc. (Agulló, 2021).	Con el crecimiento de cadenas de televisión internacionales, regionales, locales; además de las plataformas de streaming, la enseñanza a larga distancia y los demás productos multimedia ha aumentado la oferta y demanda de la subtítulos y doblaje de estas empresas que brindan sus productos a todo el mundo (Mayoral, 2002). Para que un subtítulo pueda seguir vigente dentro del mercado de la traducción audiovisual es necesario que se adapte a la tecnología, ya que la demanda de videos digitales subtítulos ha crecido y se prevé que para finales del 2020 la industria contará con 2.500 millones de dólares ganados (Agulló, 2021). Algunas empresas que se dedican al rubro de contenido multimedia no optan por tener a un subtítulo dentro de su planilla sino que subcontratan mediante terceros (Camacho, 2014).	A pesar de que haya una alta demanda laboral estas empresas multimedia no contratan a un personal 100% capacitado en la TAV lo que les resta calidad a los productos, muchas de estas empresas optan por subtítulo amateurs que con un bajo salario hacen el trabajo de un subtítulo, por ejemplo hay cadenas de televisión que crean sus propias subtítulos. Por otro lado, un subtítulo especializado cuando es contratado él tiene la opción de trabajar desde casa lo que es tendencia (Mayoral, 2002).	Es necesario que un traductor audiovisual esté familiarizado con las herramientas online, además de estar en constante capacitación para poder actualizarse con las últimas tendencias, es importante que este profesional tenga conocimientos de informática así como de sonido, imagen, ajuste, producción, compilación, etc. (Mayoral, 2002).
Análisis	En la página web de Dialnet se puede encontrar trabajos de traducción audiovisual donde explican los inicios de la subtítulos como por ejemplo, en Latinoamérica, con la llegada de los DVDs, Blu-ray, betamax, entre otros y con la expansión del internet y su accesibilidad, el subtítulo se ha visto beneficiado al acumularse la demanda de trabajo, y luego con la aparición de plataformas de streaming como HBO, Hulu, Netflix, la industria de la traducción audiovisual en general ha crecido y generado mayor trabajo lo que les impulsa a seguir capacitándose tanto en softwares como en el aprendizaje de nuevas culturas, también es importante que un traductor audiovisual cuente con conocimientos de informática así como de sonido, imagen, producción, etc. Con la crecida de esta demanda, se pudo observar que no todas las empresas optan por la contratación de un subtítulo profesional lo que implica que al final ellos entregaran un producto de mala calidad, los llamados subtítulo amateurs se han inmiscuido dentro de este mercado rebajando sus remuneraciones lo que genera que los consumidores de este material no estén satisfechos.			

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú				
En Latinoamérica		<p>Actualmente dentro de la industria de subtitulación y doblaje se requiere del español neutro lo que ha generado que más subtitulos aprendan y se especialicen en este tipo de español aunque no exista un diccionario netamente de términos neutros lo que les da a los espectadores diferentes referencias culturales (Santilli et. al, 2020).</p> <p>No todos los subtitulos trabajan directamente para las compañías de renombre, mayormente trabajan mediante terceros (Santilli et. al, 2020).</p>	<p>A causa del crecimiento de Netflix en los últimos 8 años ha generado mayor trabajo no solo para la subtitulación sino también para los doblajistas (Santilli et. al, 2020).</p> <p>En toda Latinoamérica ha habido una gran demanda y seguirá habiendo a causa del desarrollo y aparición de nuevas plataformas de streaming (Santilli et. al, 2020).</p>	<p>El subtitulos y el doblajista tienen un gran rol dentro de los contenidos audiovisuales, estos subtitulos antes de mandar su trabajo al director se revisa previamente para evitar errores, una de las empresas que trabajan muy bien es la plataforma de Disney+ (Santilli et. al, 2020).</p> <p>Esta plataforma de streaming ha creado sus propias directrices que incluso muchas personas que capacitan a los demás subtitulos se guían de estas directrices pero no sería lo ideal de solo enfocarse en esta guía de Netflix (Santilli et. al, 2020).</p>
Análisis	<p>Enfocándonos en lo que es Latinoamérica se puede examinar que dentro de la industria de la subtitulación y el doblaje se requiere tener conocimiento del español neutro aunque no haya un diccionario que nos enseñe, este tipo de español con el que se trabaja permite que llegue a todos los países de habla hispana y como consecuencia los espectadores tienen la alternativa de poder tener referentes culturales lo que nos permite el entendimiento con los demás países, dentro de este mercado también se ha dado a conocer que no todos los subtitulos trabajan de manera directa con las grandes compañías de streaming, la mayoría de ellos lo hacen mediante un tercero, además se rescata que gracias a la alta tendencia de estas plataformas habrá mayor demanda laboral y a la vez mayor personas que optarán por esta profesión que está en pleno desarrollo; para entregar un trabajo de calidad muchas de estas empresas revisan previamente el trabajo ya sea doblado y/o subtulado para así brindar un trabajo de calidad, un ejemplo de este tipo de compañías es Disney + que recientemente se ha lanzado y está ofreciendo un buen doblaje así como una buena subtitulación. No obstante, dentro de la calidad profesional, muchos cursos dictados en la web están tomando como referencia las directrices de Netflix para la enseñanza, lo cual está bien pero no deberían basarse netamente en eso ya que es su propia guía creada por esta compañía, hay muchas guías que también pueden ser tomadas como referentes y así tener un amplio conocimiento y adherirse al mercado de hoy en día.</p>			

Mercado de la subtitulación				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú		Chaume en el congreso brindando por la UCV hace referencia a la subtitulación peruana como un producto de buena calidad ya que el Perú cuenta con un español neutro que nos favorece dentro de la TAV (Universidad César Vallejo, 2015).	Aun no existe mucha demanda laboral, a pesar de haber profesionales especializados, Perú no ha podido trabajar con las empresas cinematográficas de renombre (Universidad César Vallejo, 2015).	Chaume explica también que en el Perú hay profesionales, así como está la carrera de traducción e interpretación, existen seminarios, congresos, etc. que son de utilidad para capacitarse (Universidad César Vallejo, 2015).
En Latinoamérica	El nacimiento de la subtitulación se dio con los intertítulos dentro de las películas (Rosa, 2016) Disney empezó la traducción audiovisual en Argentina pero con los años fue México quien se hizo cargo de la producción de subtítulo y doblaje de esta compañía hasta la actualidad (TranslatorTraductora, 2020).	En Argentina, los subtituladores deben tener una especialización como mínimo para entrar a este mercado. Por ahora aún existe mucha demanda en Argentina, mayormente los subtituladores son requeridos por sus servicios por productoras. El lado negativo de algunos subtituladores que trabajan como en DirectTV de Argentina cometen errores ortotipográficos dentro de las películas, por lo que se cree que es por la exigencia y la falta de revisión por parte de esta empresa. (TranslatorTraductora, 2020). Por otro lado, tenemos la aparición de los subtituladores amateurs o el conocido funsub, que a consecuencia de esta modalidad peligran la calidad de subtítulo que se lleva a la comunidad, hay empresas que optan por esta modalidad ya que es menos costosa pero no se dan cuenta que a la larga crearán una mala imagen de su empresa (UNED Radio, 2014).	Una vez más van de la mano el subtítulo y el doblaje, en este país hay subtituladores que han trabajado para la plataforma de Netflix, como por ejemplo Damián Santilli, especializado en la subtitulación. El ponente hace referencia a la experiencia que un subtitulador debe ser en empresas que puedan dar una remuneración y si se trabaja en una empresa donde no remuneran, es mejor no colocarlo en el CV. (TranslatorTraductora, 2020).	En Argentina, todos los egresados de la traducción audiovisual cuentan con una maestría, lo cual es una exigencia para estos ya que hay mucha demanda en este país. Las herramientas más usadas por estos subtituladores es MemoQ y Traducción, así como también el programa Oona que se adaptan a los softwares de las plataformas de streaming más famosas (TranslatorTraductora, 2020).
Análisis	En cuanto a Perú, Chaume, quien se presentó en un seminario dado por la UCV, comentó que el mercado de la subtitulación no es muy amplio a pesar del español neutro con el que se trabaja acá, también menciona que con el tiempo y con la ayuda del Estado se pueda trabajar con las grandes empresas cinematográficas como Disney, Paramount, entre otros; además, se hace referencia a la existencia de profesionales dentro de esta área y a los constantes seminarios y congresos que se brindan para la capacitación de los mismos. Por otro lado, Argentina trabajaba con la compañía de Disney, en los 50s, pero luego México fue quien pasó a hacerse cargo de la producción de subtítulo y doblaje hasta el día de hoy, pese a ello, este país ha seguido creciendo dentro de la industria del subtítulo y sus submodalidades, sin embargo, en compañías como DIRECTV los subtituladores son prácticamente explotados o la empresa no hace una contratación rigurosa ya que en algunas películas hay errores ortotipográficos, lo que nos hace pensar que quizás estos trabajadores trabajan bajo mucha presión y cuentan con muy poco tiempo para entregar el producto. En cuanto a su formación profesional se hace una sugerencia la cual es que si trabajas para una empresa que genera ingresos y no te dan un salario por trabajo es mejor trabajar muy poco tiempo o irse de ahí ya que no ayudará en el CV, también dice que para este año, 2021, en la Argentina todo traductor audiovisual tiene como mínimo una maestría lo que genera mucha competencia en el mercado laboral y lo que les incita a seguir preparándose y capacitándose para brindar un servicio de calidad.			

Mercado de la subtítulos				
	Historia (resumen)	Aspectos positivos y negativos		
		Situación actual	Demanda laboral	Calidad profesional
En Perú		-	-	-
En Latinoamérica	<p>En Venezuela a causa de la variación lingüística se originó el llamado español neutro, en 1984 se crea la primera empresa de traducción audiovisual en Venezuela, este país trabajó con Walt Disney y Home Video, Paramount, Universal, etc. (Fuentes-Luque, 2020)</p> <p>En Brasil, a inicios del mercado de la subtítulos muchos de los profesionales debían gastar mucho dinero en equipos así como en diccionarios, enciclopedias, etc. A consecuencia de ellos no todos los traductores se especializaban en el subtítulo ya que era muy difícil trabajar con estos aparatos (Lopes, 2011)</p>	<p>A causa de la crisis política actual, la subtítulos realizada en este país se ha visto afectada así como los subtítulores. Aún hay profesionales que prestan su servicio pero ya no hay demanda. La reducción de personal ha sido notable dentro de los canales de HBO, Warner y Sony que emitan desde Caracas, ahora lo hacen desde Miami. (Fuentes-Luque, 2020)</p>	<p>Las empresas que solicitaban los servicios de las empresas de TAV en Venezuela han optado por cambiar a otros países latinoamericanos por el español neutro con el que se trabaja desde hace años. (Fuentes-Luque, 2020)</p> <p>La demanda laboral del subtítulo crecía cada vez más ya que era más económico y las cadenas de televisión de Brasil optaron por esta (Lopes, 2011).</p> <p>La demanda de la subtítulos se ve más que todo en los canales de televisión y las plataformas de streaming, con el avance de la tecnología han aparecido nuevos softwares que ayudan al subtítulo a terminar más rápido con el encargo (Santilli, s.f)</p>	<p>Al presentar una gran demanda de trabajos de subtítulos y doblaje se daban constantes capacitaciones para mantenerse actualizados con las normas, incluso en allá se guían de un manual creada por Jeannette Nouel, una traductora audiovisual de los 90s y ha sido actualizada por demás subtítulores y lingüistas. (Fuentes-Luque, 2020)</p> <p>Se hace un llamado a los profesionales de la traducción audiovisual para estar en constante capacitación y poder cubrir toda la demanda laboral que hay en Latinoamérica y así lograr que más personas tengan conocimiento sobre esta profesión que es está en pleno crecimiento. (Santilli, s.f)</p>
Análisis	<p>Si nos enfocamos en Venezuela podemos ver que tuvo una gran acogida en lo que es la subtítulos y el doblaje, este país trabajó con muchas compañías cinematográficas como Walt Disney, Home Video, Paramount, etc. pero a causa de la crisis política que se vive allá hasta la actualidad disminuyó el trabajo y ahora solamente hay pocos encargos de subtítulos y ya no son para compañías grandes, pese a esto los que aún siguen en Venezuela siguen capacitándose e incluso tienen un manual que se creó en los 90s pero siguen actualizándolo con los años; sin embargo las empresas grandes decidieron cambiar de país, a causa de la inestabilidad política, de Latinoamérica para seguir manteniendo el español neutro. En Brasil, cuando se inició la industria de la subtítulos era muy difícil presentar encargos ya que aun la tecnología no era avanzada y los equipos con los que se trabajaba eran manuales por lo que se le consideraba como una profesión difícil de realizar, para el 2011, la demanda laboral creció y con la tecnología simplificó el trabajo de un subtítulo y algunas de las cadenas televisivas ha optado por la subtítulos ya que es más económica que la modalidad del doblaje. Y una vez más se hace un llamado a los subtítulores para que sigan en constante capacitación para poder ser capaz de cubrir la demanda laboral que hay en toda Latinoamérica y así lograr que más personas conozcan de esta profesión que está en pleno desarrollo.</p>			