



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE IDIOMAS

SITUACIÓN DEL MERCADO LABORAL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LIMA, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

AUTORA

BRAVO RODRÍGUEZ, KATYA ELISETH

ASESORA

MGTR. GÁLVEZ NORES, BETTY MARITZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO

LIMA – PERÚ

2018

PÁGINA DEL JURADO

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 11-12-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) KATYA ELISETH BRAVO RODRÍGUEZ cuyo título es: "SITUACIÓN DEL MERCADO LABORAL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LIMA, 2018."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) dieciséis (letras).

Los Olivos, 11 de diciembre del 2018


.....
PRESIDENTE


.....
SECRETARIO


.....
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación es el fruto de mucho esfuerzo y lo dedico a mis padres Luis y Mirta, a mi hermanito Luis Carlos y a mi gran amor Mauricio por siempre estar junto a mí y darme las fuerzas necesarias para continuar.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y hermano por el soporte y apoyo incondicional.

A mi novio por ser el mejor motivador del mundo.

A mis profesores y asesores por compartir su conocimiento y dedicar su tan valioso tiempo.

A Cielito, Estrellita y Nubecito por haber sido los mejores compañeros de amanecidas.

Y a aquellos que, desde el cielo, siempre cuidan de mí.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Katya Eliseth Bravo Rodríguez, con DNI N.º 45983556, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presente en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 diciembre de 2018

Katya Eliseth Bravo Rodríguez

Nombre del alumno

Presentación

Señores miembros del jurado:

Se presenta la tesis titulada “Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018”, fue desarrollada con el objetivo de obtener el grado académico de Licenciado en traducción e interpretación.

Este trabajo de investigación consta de siete capítulos, en el primer capítulo se establece y describe el problema de investigación y las variables, en el segundo capítulo se desarrolla la metodología de investigación, en el tercer capítulo se presentan los resultados, en el cuarto capítulo se realiza la discusión, en el quinto capítulo se desarrollan las conclusiones, en el sexto capítulo se establecen las recomendaciones, en el séptimo capítulo se presentan las referencias y por último se encuentran los anexos que son de gran importancia.

La autora

RESUMEN

Esta investigación titulada “Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018” tiene como objetivo general conocer el mercado laboral actual de la traducción audiovisual en Lima, Perú y como objetivos específicos el conocer la modalidad, la combinación lingüística, el tipo de cotización, el tipo de contratación y el tipo de cliente más frecuentes en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

La metodología empleada fue de método deductivo, de tipo de investigación aplicada, de enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo y de nivel exploratorio. Se consideró como población a los miembros del Colegio de Traductores del Perú y se tomó en cuenta solo a los miembros activos que, a la fecha, ofrecen los servicios de traducción audiovisual. El cuestionario fue realizado en la página web Survey Monkey y se envió a los traductores por medio de correo electrónico y redes sociales.

Como resultado se obtuvo que el mercado laboral de la traducción audiovisual está representado por la subtitulación, la combinación lingüística inglés – español, el minuto como tipo de cobranza, contratación según obra o servicio como tipo de contratación y como tipo de clientes a las empresas que trabajan con productos multimedia y a las empresas de producción audiovisual.

Palabras clave: Traducción audiovisual, mercado laboral

ABSTRACT

This research entitled as “Situation of the labor market of audiovisual translation in Lima, 2018” has as general objective to know the current labor market of the audiovisual translation in Lima, Perú. As specific objectives to know the modality, language combination, type of quotation, type of contracting and type of client most frequent in the labor market of the audiovisual translation in Lima, 2018. The methodology used was the deductive method, applied research, quantitative approach, descriptive design and exploratory level. The members of the Translators Association of Peru (*CTP* for its Spanish initials) were considered as the population and only the active members that, to the date, offer the audiovisual translation services were taken into account. The questionnaire was performed in the Survey Monkey website and sent to the translators by e-mail and social networks.

As a results, was obtained that the labor market of audiovisual translation is represented by the subtitling, English – Spanish as the language combination, the minute as the type of quotation, the work or service contract as the type of contracting and as type of clients the companies that works with multimedia products and the companies that works with audiovisual production.

Key words: Audiovisual translation, labor market

	Pág.
 PÁGINAS PRELIMINARES	
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi

ÍNDICE

RESUMEN	vii
----------------	-----

ABSTRACT	viii
-----------------	------

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación del problema	
1.4.1 Problema general	24
1.4.2 Problemas específicos	24
1.5 Justificación del estudio	25
1.6 Hipótesis	26
1.7 Objetivos	
1.7.1 Objetivo general	26
1.7.2 Objetivos específicos	26

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación	27
2.2 Variables, operacionalización	28
2.3 Población y muestra	28
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.5 Métodos de análisis de datos	30
2.6 Aspectos éticos	30

III. RESULTADOS	31
------------------------	----

IV. DISCUSIÓN	37
V. CONCLUSIONES	39
VI. RECOMENDACIONES	41
VII. REFERENCIAS	43
VIII. ANEXOS	
Anexo 1: Matriz de consistencia	45
Anexo 2: Instrumento	47
Anexo 3: Ficha de validación de instrumento I	51
Anexo 4: Ficha de validación de instrumento II	52
Anexo 5: Ficha de validación de instrumento III	53

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1.- Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018	31
Figura 2.- Modalidad de traducción audiovisual	32
Figura 3.- Combinación lingüística	33
Figura 4.- Tipo de cotización	34
Figura 5.- Tipo de contratación	35
Figura 6.- Tipo de cliente	36

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En las últimas décadas, la traducción audiovisual ha recibido especial atención ya que el su volumen de trabajo ha aumentado rápidamente y se ha convertido en la modalidad de traducción más presente en la vida de las personas. Este incremento ha motivado que las instituciones educativas agreguen a su malla curricular de pre y posgrado algunos cursos de extensión, seminarios y conferencias sobre traducción audiovisual, que tienen la finalidad de preparar y motivar a los traductores experimentados y noveles sobre esta materia. Con ese despunte educativo llegan también las investigaciones en traducción audiovisual que, mayormente, están enfocadas a la traducción audiovisual como proceso y a sus respectivas estrategias. Con el pasar de los años, Latinoamérica también ha mostrado interés en la traducción audiovisual y han iniciado proyectos educativos e investigaciones que, como es de esperarse, han tenido de referencia a las investigaciones realizadas en Europa y de las cuales muchas de ellas han sido adaptadas a la realidad de su propia región. Si bien ya existe un gran número de investigaciones sobre traducción audiovisual, aún no es posible comprar dicha cantidad con las investigaciones realizadas en otras modalidades de traducción o de interpretación.

Perú tampoco ha sido ajeno al despunte que ha tenido la traducción audiovisual en el mundo, ya que a principios de esta década se implementaron cursos de traducción audiovisual, exclusivamente cursos de doble y subtitulación, dentro de la formación profesional de los traductores. Así mismo, se han llevado a cabo eventos académicos importantes como el primer Congreso de Traducción Especializada donde se le otorgó un espacio importante a las ponencias sobre traducción audiovisual y luego, un año después, se realizó el primer Congreso Internacional de Traducción Audiovisual que congregó a profesionales de España, Chile, Brasil, Francia, Inglaterra y Perú. Es así que, en la actualidad, casi todos los eventos académicos para traductores incluyen en su programa temas y ponencias sobre la traducción audiovisual. Se debe agregar que las investigaciones en traducción audiovisual realizadas en el Perú son aún escasas y eso se pudo comprobar al iniciar la presente investigación. Gran parte de las investigaciones realizadas por

traductores peruanos, son acerca de las estrategias, la problemática y los procesos de la traducción audiovisual. Por otro lado, las investigaciones acerca del mercado laboral o sus características son mínimas, a pesar de ser de gran importancia para el estudiante e incluso al profesional que desee incursionar en la traducción audiovisual, teniendo en cuenta que Perú está considerado como un mercado con mucho potencial para la traducción audiovisual. Por lo tanto, esta investigación pretende ser el primer escalón en la investigación del mercado laboral y ser un precedente para futuras investigaciones del mismo enfoque. Además, se espera que esta investigación pueda orientar a los estudiantes y traductores profesionales que estén interesados en iniciarse en el mundo de la traducción audiovisual.

Para desarrollar esta tesis, fue necesario consultar investigaciones previas relacionadas con la variable de esta investigación.

1.2 Trabajos previos

Orrego, Alarcón, Olaya y Pérez (2010) cuya investigación lleva el título de «Situación actual de la traducción audiovisual en Colombia» tiene como objetivo dar a conocer el estado actual del mercado laboral de la traducción audiovisual en Colombia, especialmente en sus principales ciudades que son: Bogotá, Medellín y Cali. Para ello se evaluó las preferencias de las personas involucradas en la producción de los materiales audiovisuales y las preferencias de la audiencia. Los cuestionarios buscaban medir lo siguiente: consumo de material audiovisual en Colombia, cantidad de material audiovisual importado y exportado, tipo de material audiovisual y el conocimiento que tienen las personas que, a la fecha, trabajaban en traducción audiovisual. Para encuestar fue necesaria la delimitación de grupos a encuestar y se dividió en tres: personas o entidades que producen o distribuyen material audiovisual, personas o entidades que realizan traducción audiovisual y a los consumidores de material audiovisual. Luego, dividió en subgrupos según intereses en común, siendo éstos: público general, festivales de cine, cineclubes, realizadores, distribuidores, canales de televisión, traductores audiovisuales, cines y empresas de traducción audiovisual. Después de aplicar las encuestas, se obtuvieron los siguientes resultados: respecto a las distribuidoras, el 66.7% prefiere el material audiovisual subtulado; respecto a los cines, el 44.5% proyecta material audiovisual subtulado y el

otro 44.5% proyecta material audiovisual subtulado, el 75% de la audiencia a cines prefiere el material audiovisual doblado; respecto a los cineclubes, el 71.4% prefiere ver el material audiovisual subtulado, el 21.4% prefiere el material audiovisual doblado, el 70% proyecta material audiovisual subtulados y el 26.7% proyecta material audiovisual doblado y el 90.9% de cineclubes no conocen ni participan del proceso de traducción audiovisual; respecto a los canales de televisión, el 60% de su audiencia prefiere material audiovisual doblado, el 33% de los canales de televisión prefiere no dar información acerca del proceso de traducción audiovisual; respecto a los festivales de cine, el 80% proyecta material audiovisual subtulado y el otro 20% proyecta material audiovisual en la modalidad de voces superpuestas, el 71.4% tiene audiencia que prefiere el material audiovisual subtulado, el 14.3% prefiere el material audiovisual doblado y el otro 14.3% prefiere el material audiovisual en modalidad de voces superpuestas, el 66.7% de festivales de cine no sabe quién realiza el proceso de traducción audiovisual; respecto a los realizadores, el 77.7% del material audiovisual que producen es subtulado, el 53.1% está familiarizado con el proceso de traducción audiovisual y el 60% afirma que la traducción es realizada por profesionales de la traducción, respecto a las empresas de traducción audiovisual, el 66.7% traduce en modalidad de subtulado; respecto a los traductores audiovisuales, el 40% recibe el material audiovisual en video, el 20% con guion, y el 10% recibe una guía de estilo; por último, respecto a la audiencia, el 81.8% entre 16 y 45 años prefiere el subtulado y en personas entre 46 y 55 años prefiere el doblaje en 50%. Se concluye que el mercado de la traducción audiovisual en Colombia es un mercado en expansión y que existe un mercado real que debe ser cubierto por profesionales del país y que, por ello, existe la necesidad de cursos de capacitación en traducción audiovisual en el país.

Flores (2015) en su investigación de título «Demanda del mercado laboral de interpretación en Lima Metropolitana, 2015» tiene como objetivo general conocer el mercado laboral de la interpretación en Lima Metropolitana y como objetivos específicos conocer el tipo de interpretación, tarifas, eventos, áreas temáticas, idiomas, equipos, tipo de contratación y tipo de clientes. La metodología empleada para esta investigación es de método deductivo, tipo aplicada, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. La población está representada por los miembros del Colegio de Traductores del Perú, de la Asociación de Traductores Profesionales del Perú, de la Asociación de Intérpretes y Guías Intérpretes de Lengua de Señas del Perú, de la Asociación de Sordos del Perú y a los intérpretes

empíricos. La muestra está delimitada por los intérpretes más representativos de dichas instituciones. Los cuestionarios fueron realizados a través de Google Formularios donde los resultados fueron los siguientes: respecto a los tipos de interpretación el 54.55% corresponde a la interpretación simultánea; respecto a las tarifas, el 62.34% tiene como forma de cobranza la jornada, el 24.68% a la hora o fracción, el 9.091% cobra de manera mensual, el 3.869% a otra forma de pago por según trabajo realizado; respecto a los eventos, el 45.45% está representado por las conferencias; respecto a las áreas temáticas, el 31.17% está representado por el área técnico, medicina y salud; respecto a los idiomas, el 90.91% está representado por el idioma inglés, el 6.494% al lenguaje de señas y el 1.299% al francés y portugués; respecto a los equipos, el 33.77% representa el uso de audífono y micrófono; respecto al tipo de contratación, el 84.2% está representado por el contrato de tipo temporal, el 12.99% a los contratos intermitentes y el 1.299% no trabajo bajo ningún contrato; respecto a los tipos de clientes, el 40.26% trabaja con empresas privadas internacionales, el 32.47% con empresas privadas nacionales, el 16.88% con el Estado y el 10.39% con otro tipo de clientes (embajadas, personas naturales, extranjeros y comunidad sorda). De esta investigación se concluye y recomienda que los futuros intérpretes deben recibir preparación pertinente para poder desarrollarse correctamente, se sugiere que las instituciones educativas refuercen en interpretación simultánea a sus estudiantes para que sean competentes en el mercado, se espera, también, que los intérpretes refuercen el manejo del idioma inglés al ser el más demandado en el área.

Escobedo y Garvich (2016) en la investigación que lleva el título de «El mercado de la traducción de planta en Lima (Perú)» tiene como objetivo realizar el estudio del mercado de la traducción de planta en Lima, Perú y busca comprender la situación del traductor de planta a la fecha, ventajas y desventajas de su labor y los desafíos a enfrentar. Esta investigación es exploratoria de tipo cualitativo y se realizó con entrevistas orientadas por una guía estructurada y con encuestas de nueve preguntas que se entregaron luego de la entrevista. La población de esta investigación está compuesta por traductores de planta egresados de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón y de la Universidad Ricardo Palma, por el contrario, no se incluyeron a los traductores de agencias o de tipo *freelance*. De los antes mencionados, solo se tuvo en cuenta a los traductores que tuvieran un año (como mínimo) de experiencia desde el 2012 a la fecha de la investigación. La entrevista estuvo compuesta de preguntas relacionadas a la combinación lingüística, la valoración del trabajo, la remuneración, entre otros. Las preguntas del cuestionario estuvieron

relacionadas a los sectores empresariales que contratan a los traductores, las competencias requeridas, entre otros. De los resultados de las entrevistas y encuestas se obtuvo que: respecto a la motivación para ser traductor, todos los participantes demostraron haber tenido interés previo para aprender lenguas extranjeras, otros indicaron que fueron motivados por algún familiar que ya se desempeñaba como traductor y otros por las aspiraciones a futuro que tenían; respecto a cómo llegó a ser traductor de planta, los participantes indican que su primer contacto fue gracias al periodo de prácticas preprofesionales de la universidad y muchos de ellos llegaron a trabajar como traductores de planta gracias a contactos o anuncios de trabajo, así mismo, hubo un caso en el que un participante ingresó por reemplazo de un colega; respecto a la situación del traductor de planta, los participantes estuvieron de acuerdo en indicar que aún no se conoce bien sobre la profesión de traductor e intérprete en Lima y que cuando un traductor ingresa a una empresa, generalmente se encuentra con concepciones erróneas de la profesión; respecto a las competencias del traductor de planta, los participantes indican que es indispensable el dominio de los idiomas a trabajar y también tener dominio de relaciones interpersonales, control de emociones, ser muy organizados, trabajar de acuerdo a los horarios de las empresas y negociar los plazos de entrega; respecto a las actividades que realiza el traductor de planta, los participantes indican que responden mensajes, realizan interpretaciones solo cuando en ambos casos se presente el idioma inglés ya que no se sienten confiados en desempeñarse en otro idioma; respecto a las ventajas y desventajas de ser traductor de planta, hubo múltiples respuestas de las cuales muchos consideraron que trabajar dentro de una empresa les da estabilidad salarial y beneficios laborales, muchos de los participantes coinciden en que el sector minero es el que ofrece mayores beneficios y el sector que contrata más traductores, por otro lado, se considera desventaja el horario fijo ya que interrumpe la realización de otras actividades. Se concluye que la imagen del traductor que trabaja solo en una oficina ha cambiado y que ahora se considera un profesional multifacético, que está en contacto con otras personas y que es una pieza importante en el mundo empresarial.

Hennecke (2017) en la investigación de nombre «El entorno actual del mercado y la necesidad de traducción especializada en Alemania» tiene como objetivo evaluar el mercado laboral para traductores en Alemania teniendo en cuenta los cambios tecnológicos y los cambios en las formas de comunicación a través de internet y de los diversos medios digitales. Según los datos de esta investigación, la gran parte de traductores alemanes

trabajan de manera independiente ya que las empresas no quieren contratar traductores de manera permanente debido al alto costo; respecto a los clientes, el 43% corresponde a empresas, el 29% son clientes particulares, el 14% agencias y el 7% museos y tribunales de justicia; respecto a los sectores, el 76% corresponde al sector técnico, el 12% al sector de la economía y el 6% al sector del derecho; respecto a los idiomas, el 20% lo tiene la combinación alemán – inglés; respecto a los precios, los precios varían entre 1.27 a 1.34 euros por línea. Esta investigación también muestra los requisitos solicitados por las empresas antes de contratar un traductor, estos son: respecto a los conocimientos, se piden los siguientes conocimientos: varios idiomas, técnico especializados, culturales, teórico – científicos, tecnológicos y del mercado; respecto a las competencias: lingüística, traductora, cultural e intercultural, técnica e instrumental, terminológica, social, profesional y semiótica; respecto a las cualidades personales: capacidad de trabajar en equipo, carácter decidido, comunicativo, disciplinado, perseverante y capacidad de trabajar bajo presión. Teniendo en cuenta todo lo solicitado, a la fecha, por las empresas de traducción o empresas generales en Alemania, la autora evalúa el Máster de Traducción Especializada de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Colonia y concluye que el principal problema es la falta de docentes cualificados para impartir las materias ya que no solamente se requiere tener conocimientos y habilidades traductoras, sino también conocimiento del empleo y de la aplicación de las nuevas herramientas y tecnologías lingüísticas para poder crear “entornos reales” para el estudiante. En conclusión, se puede decir que los cambios estructurales y mediales también se han dado en el campo de la traducción y lleva a generar un nuevo perfil en cuanto a habilidades y competencias que necesitan los traductores hoy en día.

Villanueva, Hermoza y Bravo (2017) en la investigación de título «Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú» tiene como objetivo explorar las experiencias de trabajo y las percepciones individuales en relación con la subtitulación interlingüística. Esta investigación es un estudio exploratorio y cualitativo que se llevó a cabo desde marzo hasta julio del 2016 en la ciudad de Lima, Perú. Inicialmente, se quiso trabajar con cincuenta candidatos que decían ofrecer el servicio de subtitulación (entre empresas y profesionales de comunicación y de traducción) pero solo se tuvo en cuenta a los que hayan realizado al menos un trabajo de subtitulación en el último año. Eso hizo que la muestra se redujera a ocho del campo de traducción y nuevo del campo de la comunicación audiovisual. Se realizaron entrevistas semiestructuradas y

las preguntas estuvieron relacionadas a: capacitación, tipo de material trabajado y experiencia. Los resultados fueron los siguientes: la subtitulación se concibe como parte eventual de un proceso más amplio, las redes de contacto son importantes para ingresar y desempeñarse en subtitulación, los conocimientos generales son importantes para subtitular cuando el proceso de traducción audiovisual no es realizado por profesionales en traducción y el traductor asume un rol significativo de especialista cuando forma parte del proceso de subtitulación. Se concluye que, desde el caso de los traductores, estos indican que no solo realizan subtitulación, sino también el proceso completo de la traducción audiovisual. Así mismo, los comunicadores no conciben a la subtitulación como un proceso, sino como una tarea independiente que forma parte de la posproducción de un material audiovisual. Por el contrario, se le da un valor positivo a la traducción audiovisual y los traductores consideran que se deben exportar producciones para crear un mercado dinámico de subtitulación. Se recomienda que se genere una red de apoyo entre profesionales y empresas de traducción y comunicación audiovisual, que se normalice el proceso de subtitulación mediante iniciativas universitarias y profesionales, promover a la traducción audiovisual en los gremios profesionales y considerar a la subtitulación como un servicio de valor añadido, crear un modelo tarifario rentable.

A continuación, se procede a definir las dimensiones e ítems de esta investigación. Todas las definiciones y explicaciones son basadas en autores especializados.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Primero, es importante definir al mercado laboral para poder tener un mejor entendimiento de este estudio. De tal manera, Chiavenato (2007) indicó que el mercado de trabajo o mercado de empleo «está definido básicamente por las organizaciones y sus oportunidades de empleo». Es decir que para que exista el mercado de trabajo debe existir una oferta y una demanda. Por otro lado, tenemos a Figueroa (1993), quien agregó que «el mercado laboral opera como si se intercambiara una promesa del trabajador de realizar una labor por un tiempo y con un esfuerzo dados por otra promesa del empleador de dar dinero por ese servicio». En el contexto peruano, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2016) mencionó que el mercado laboral «está compuesto por las organizaciones, negocios, empresas y personas que se encuentran dispuestas a requerir los servicios de otras personas

para que desempeñen una ocupación que se encuentra vacante». Cabe recalcar que dentro de los anuarios estadísticos elaborados por este Ministerio, la carrera de traducción e interpretación está incluida en la opción de “otros” por lo que no es posible tener estadísticas exactas sobre el comportamiento laboral de nuestra carrera.

Ya definido el mercado laboral, corresponde ahora definir a la traducción audiovisual. Para ello, uno de los autores más completos para definirla es Bartoll (2016) quién indicó que «la traducción audiovisual es la traslación de textos audiovisuales, aquellos que transmiten la información de manera dinámico-temporal mediante el canal acústico, el canal visual o ambos a la vez» (p. 41). En otras palabras, la traducción audiovisual es el proceso donde interactúan el texto (oral o escrito), el sonido y la imagen. Para Merino (2012), «en contraste con otros tipos de traducción, aquí debemos prestar atención también a los códigos [...], no para traducir su mensaje, sino para ceñirnos a su información, de modo que no se produzcan incoherencias entre texto e imagen» (p.43). Aquí Merino resalta lo importante que es tener en cuenta ambos códigos, ya que ellos ayudarán a obtener un resultado coherente. Chaume (2004) también dio un aporte importante sobre el tema, indicó que «la traducción audiovisual es diferente a la traducción escrita u oral, mas no a la técnica o científica, puesto que estos campos pueden abordar desde los textos escritos, orales, o audiovisuales que manipula el traductor». A lo que Chaume se refiere, es que la traducción audiovisual puede ser considerada como traducción especializada si es que el texto audiovisual es un texto que esté fuera de la temática cotidiana, por el contrario, no será considerada traducción especializada si es que el texto audiovisual solo requiere de una traducción general. Finalmente, Díaz (2007) explicó que:

El concepto de traducción audiovisual se ha venido usando como concepto global que encapsula las diferentes prácticas traductoras [...] a la hora de trasvasar un mensaje de una lengua a otra, en un formato en el que hay una interacción semiótica entre el sonido y las imágenes (p.13).

Actualmente, la traducción audiovisual presenta un volumen elevado de encargos comparado con otros tipos de traducción. Esta expansión se debe gracias al incremento de las cadenas televisivas, a la aparición del DVD, a la popularización de la informática y al aumento de producciones audiovisuales de cine y televisión. (Bartoll, 2011)

En conclusión, se podría decir que la traducción audiovisual es una modalidad de traducción en el que interviene el canal visual y acústico como parte de la traducción y que

son importantes para mantener el sentido del texto audiovisual. También, es importante indicar que si bien la traducción audiovisual no pertenece a la clasificación de traducción especializada, podría serlo si el texto a traducir es sobre algún tema especializado (legal, médico, financiero, etc.)

Debido a que no existe una definición previa del mercado laboral de la traducción audiovisual, nos hemos apoyado en una aproximación realizada por Chaume (2013). Él consideró que dentro de ese ambiente profesional hay factores importantes como: los clientes, tarifas y cotizaciones, contrataciones, idiomas y, por supuesto, la modalidad de traducción audiovisual. Teniendo en cuenta ese estudio, se procede a definir cada dimensión.

En primer lugar, se definen las modalidades de traducción audiovisual. Para Chaume (2013a)

Modes of audiovisual translation are understood to be all types of transfer of audiovisual texts between two languages and cultures (interlingual) or within the same language and culture (intra-lingual, such as the so-called accessible modes: subtitling for the deaf and the hard of hearing, audiodescription for the blind and visually impaired, respeaking, audiosubtitling, etc.) (p. 4).

Chaume indicó que el término «modalidad de traducción audiovisual» se refiere a todos los tipos de transferencia de textos audiovisuales entre dos idiomas y culturas (interlingüístico) o entre el mismo idioma y cultura (intra-lingüístico, tal como la traducción audiovisual que es el subtítulo para personas sordas y con discapacidad auditiva y la audiodescripción para personas ciegas y con discapacidad visual, el rehablado, audiosubtitulación, etc.). Para Bartoll (2011) las modalidades de traducción audiovisual son las siguientes: audiodescripción, doblaje, interpretación consecutiva, interpretación simultánea, intertitulación, subtitulación y voces superpuestas.

La audiodescripción para personas ciegas y personas con discapacidad visual (AD), según indicó Bartoll (2011) «consiste en la narración de las imágenes que pueden aportar información relevante» (p.84). Moreno, Gómez, García S. y García B. mencionaron que la audiodescripción «son un conjunto de técnicas y habilidades aplicadas que se ponen al servicio de las personas con discapacidad» (p.52). Por otro lado está la subtitulación para personas sordas o con discapacidad auditiva. Talaván, Ávila y Costa (2016) indicaron que «la diferencia principal con los demás tipos de subtítulo es que el SPS añade a esto

información extra que una persona sorda o con problemas de audición necesita para completar el mensaje» (p. 148). En ambos casos, tanto la AD como la SPS son modalidades de traducción audiovisual que sirven para que las personas con discapacidad puedan acceder al material audiovisual y puedan disfrutarlo tanto como una persona sin discapacidad.

El doblaje, según Bartoll (2011) es «la sustitución de la banda de los diálogos originales de un texto audiovisual por otra banda» (p. 92). Para el autor, el doblaje consiste en sustituir el audio de los diálogos originales por la versión traducida, manteniendo la sincronía con la imagen. Así también, Chaume (2013) indicó que «*technically, it consists of replacing the original track of a film's source language dialogues with another track on which translated dialogues have been recorded in the target language*» (p. 1). Lo cual quiere decir que el doblaje consiste en reemplazar el audio original del diálogo de una producción por otro audio en donde se haya traducido los diálogos y se hayan grabado en el lenguaje meta.

La interpretación, tanto consecutiva como simultánea, Bartoll (2011) indicó que, si bien no son propias de la traducción audiovisual, éstas son útiles al momento de retransmitir un texto audiovisual mediante una pantalla, por ejemplo, al momento de transmitir actos en directo como: conferencias, mesas redondas, teatro, entrevistas, informativos, conferencias, congresos o en festivales de cine.

La intertitulación, Bartoll (2011) agregó que «los intertítulos son el texto escrito entre escenas que aparece en las películas mudas, casi desde el principio del cine» (p.72) Inicialmente, tal como indicó Bartoll (2011) estos intertítulos no seguían un patrón homogéneo por lo que podían llevar faltas ortográficas o tener un sociolecto específico. Tal como él indicó, la diferencia entre la subtitulación y los intertítulos es que « El texto escrito en lengua original se mantiene, mientras abajo aparecen los subtítulos con la traducción, también por escrito». (p. 74). Es decir, sigue apareciendo el texto original y se añade la traducción. Garza (2016) indicó que «si bien los intertítulos son lo que precede a los subtítulos, actualmente se pueden usar para insertar citas de libros, dividir capítulos de alguna historia o para indicar alguna situación geográfica» (párr. 3)

La subtitulación, según indicó Bartoll (2011) «es un texto escrito que recoge de manera sincronizada los elementos verbales de un texto audiovisual» (p. 111). Chaume (2013) indicó «*subtitling is the other major audiovisual translation mode and it is used in many*

more countries all over the world». (p. 3). Esto quiere decir que Chaume posiciona al subtítulo, junto con el doblaje, como los tipos de traducción audiovisual más importantes. De manera general, la subtitulación contiene ciertas características textuales referentes al cambio del canal oral al escrito y que las imágenes también influyen en este proceso (Bartoll, 2011). Gambier (2003) indicó que los subtítulos pueden ser subtítulos interlingüísticos que convertir un diálogo oral hacia una o dos líneas de texto, ya sea de un idioma a otro o, a veces, en dos idiomas (a lo que se le conoce como subtítulos bilingües). Las voces superpuestas, según Bartoll (2011) mencionó «consisten en añadir encima de las voces originales de un texto audiovisual una nueva banda sonora que contiene la traducción» (p. 143). Estas voces superpuestas son más comunes en regiones europeas y lo hacen con el fin de mostrar cierta fiabilidad del texto origen. Para Martínez (2016) el ajuste en las voces superpuestas es mínimo en comparación con el ajuste que se necesita para el doblaje.

En segundo lugar, se define a la combinación lingüística. Chaume (2013) brindó un alcance sobre la traducción audiovisual que se realiza en América y marca la diferencia entre América del Norte y América del Sur. Chaume (2013) menciona que en lugares como Estados Unidos y Canadá se doblan las producciones cuyo idioma original es el inglés británico hacia el inglés americano y por el lado de Latinoamérica se menciona el caso de México, donde los programas son generalmente doblados o subtítulos del inglés americano al español característico de la región. El caso de México es muy cercano y similar al de Perú, incluso, nuestro país recibe material audiovisual que ha sido traducido en dicho país. Si bien, la combinación de inglés – español es la más popular en Latinoamérica, es importante mencionar los idiomas en los que se desenvuelven los traductores audiovisuales colegiados en Lima. Según la información otorgada por el Colegio de Traductores del Perú, esos idiomas son: alemán, francés, inglés, italiano y portugués. A estos cinco idiomas, se agregará a traducción intralingüística en caso que los traductores audiovisuales realicen traducción accesible. Además, para esta investigación, solo se tomarán en cuenta solo las traducciones hacia el español (traducción directa), ya que este es el idioma oficial en el país.

En tercer lugar, se definen a los tipos de cotización presente en el ámbito de la traducción audiovisual. La presente investigación no tiene como objetivo principal conocer,

directamente, las tarifas (en cifras) que se manejan en el mercado de la traducción audiovisual. Por el contrario, solo se realizará un acercamiento a los tipos de cotización desde el punto de vista de la cotización de cada trabajo que el traductor realiza. En investigaciones previas como las de Villanueva, Hermoza y Bravo (2017) se indicó que, en el contexto peruano, existe cierto recelo profesional al momento de tratar dicho tema por lo que se evitará incomodar a los traductores audiovisuales seleccionados para esta investigación. Sin embargo, y para conocer de manera general, Noguera (2016) quién es un traductor audiovisual español, mencionó que en el caso de la subtitulación se puede llegar a facturar de 15 a 18 céntimos (de euro) por subtítulo si en caso se dispone del guion escrito y por otro lado, hay traductores que también suelen facturar por minuto. El autor indica que se debería incluir en el precio final en caso que: el traductor deba transcribir el guion, sea necesaria la sincronización de subtítulos y se solicite que el traductor también haga la labor de revisor y/o adaptador. Respecto al doblaje, el autor indicó que, básicamente, se rige bajo las condiciones de la subtitulación. Así mismo, indicó que usualmente se cobra menos por traducir una película de dibujos animados que una de actores reales, esto debido a la sencillez y menos sincronía labial. Es decir, en ambos casos, la cotización y tarifas de un encargo de traducción audiovisual dependen de muchos factores y de los servicios adicionales que deba agregar el traductor audiovisual para finalizar el proyecto. También, se suele cobrar más, si el material audiovisual será expuesto en festivales o televisión. Desde el punto de vista global, Chaume (2013) agregó que *«freelancers can be paid per whole programme, per minute of programme, per dialogue line, per number of words and per take or loop»*. (p. 26). Esto quiere decir que los traductores autónomos pueden ser pagados por encargo total, por minuto de programa, por línea de diálogo, por número de palabras o por *take* (unidad de medición) o por rollo (10 min). Esto, muchas veces, dependerá de las empresas contratantes y los tipos de cotización que ellos manejen. Al traductor audiovisual, le queda adecuarse a los requerimientos de sus clientes.

En cuarto lugar, se definen los tipos de contratación. El Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (s.f) indica que los contratos están sujetos a modalidad y estos son: contratos de naturaleza temporal, contratos de naturaleza accidental, contratos para obra o servicio. Los contratos de naturaleza temporal son los que refieren a incremento de nueva actividad, por necesidad de mercado o por reconversión empresarial. Los contratos de naturaleza accidental son los que refieren a los contratos ocasionales, contratos de suplencia y

contratos de emergencia. Finalmente los contratos para obra o servicio son los contratos para obra determinada o servicio específico, contrato intermitente y contrato de temporada. Ahora bien, también se debe mencionar a la subcontratación o tercerización ya sea que el traductor audiovisual subcontrata a otros traductores audiovisuales para cierto encargo o que el traductor sea subcontratado por algún otro traductor o por alguna empresa. Por otro lado, es importante incluir al sector informal, ya que en nuestro país la tasa de informalidad asciende al 46.5% (MTPE, 2018) y el sector de traducción, probablemente, no esté ajeno a ese porcentaje.

En quinto lugar, se definen los tipos de clientes. Para Chaume (2013) se puede trabajar para los siguientes agentes: estaciones televisivas nacionales o privadas, empresas de producción y distribución que trabajan con distintos géneros audiovisuales (no solo cine), empresas distribuidoras de DVD, festivales de cine, empresas de publicidad, empresas en general que requieren traducir videos corporativos, empresas que trabajan con productos multimedia (educación, etc.) y compañías de softwares interactivos (videojuegos). Chaume también indicó que muchos traductores laboran para empresas dedicadas a la traducción audiovisual ya que estos clientes buscan a profesionales que asuman el proceso completo de la traducción audiovisual. Los clientes, en general «*they want their video dubbed into a particular target language, and they want the whole process to be taken care of*» (p. 23). Eso quiere decir que los clientes quieren no solo la traducción, sino también quieren que se encarguen de todo el proceso y eso requiere un profesional mayor preparado.

1.4 Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

Problemas específicos

¿Cuál es la modalidad de traducción más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

¿Cuál es la combinación lingüística más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

¿Cuál es tipo de cotización más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

¿Cuál es el tipo de contratación más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

¿Cuál es el tipo de cliente más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?

1.5 Justificación del estudio

La presente investigación tiene su justificación en los conocimientos de la traducción audiovisual, el método científico utilizado y el aporte que esta investigación brinde a los futuros traductores.

Justificación teórica

Esta investigación busca, mediante los aportes teóricos, tomar los factores del ambiente profesional de la traducción audiovisual para conocer la situación del mercado laboral en dicho ámbito. La presente investigación hace uso de autores renombrados con el fin de definir ciertos aspectos que ayudarán a la resolución de los problemas de esta investigación.

Justificación metodológica

Esta investigación se desarrolla bajo los pasos requeridos para la elaboración de una tesis y haciendo uso del método científico. Esta investigación hará uso del cuestionario como instrumento de medición y las preguntas están elaboradas según la teoría de autores consultados previamente.

Justificación práctica

Esta investigación pretende ser un precedente para futuras investigaciones relacionadas al mercado laboral de la traducción audiovisual. Así mismo, esta investigación pretende ser una guía para que los estudiantes y traductores noveles que desean iniciarse en traducción audiovisual, puedan conocer la realidad y situación del mercado laboral que les espera.

Justificación social

Esta investigación busca brindar un aporte a la sociedad, facilitándoles una base sobre el mercado de la traducción audiovisual con el fin que la industria de la traducción audiovisual crezca y, con el tiempo, en Lima, Perú pueda generarse una industria audiovisual completa y competitiva con las grandes potencias actuales.

1.6 Hipótesis

Al no existir estudios previos sobre el objeto de estudio de esta investigación, la finalidad de la presente es formular premisas a partir de las respuestas obtenidas del cuestionario. Además, según Bernal (2010) «se formulan hipótesis cuando en la investigación se quiere probar una suposición y no solo mostrar los rasgos característicos de una determinada situación» (p. 136). Por ese motivo, esta investigación no tiene hipótesis.

1.7 Objetivo

Objetivo general

Conocer la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

Objetivos específicos

Conocer la modalidad de traducción audiovisual más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018

Conocer la combinación lingüística más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

Conocer el tipo de cotización más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

Conocer el tipo de contratación más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

Conocer el tipo de cliente más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

El enfoque de esta investigación es cualitativa que según indicaron Hernández, Fernández y Baptista (2014) que en las investigaciones cualitativas «la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes de la investigación respecto a sus propias realidad» (p. 9). También indicaron que «el enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos» (párr. 12). Es así que esta investigación busca interpretar las respuestas de los participantes para tener un acercamiento a su realidad y con ello a la realidad de la situación laboral de la traducción audiovisual en Lima.

El diseño de esta investigación es exploratorio. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) «Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes» (p. 91). Es decir que las investigaciones de diseño exploratorio sirven para familiarizarse con un tema relativamente desconocido o poco estudiado y con el fin de obtener información básica que sirva de apoyo para llevar a cabo una investigación más completa. Para los mismos autores, «los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental ni leído ningún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario».

2.2 Variables y operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Escala de medición
Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018	Situación actual del mercado laboral donde se desempeña un profesional del área de traducción audiovisual.	Se realizará a través de un cuestionario en la plataforma web Survey Monkey y ha sido enviada a través de correo electrónico y redes sociales a los traductores audiovisuales colegiados y habilitados.	- Modalidad de traducción - Tipos de cotización - Combinación lingüística - Tipos de contratación - Tipos de cliente	Nominal

2.3 Población y muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definieron a la población como «el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones» (p. 174). La población de esta investigación corresponde a los traductores audiovisuales residentes en Lima durante el año 2018.

Por otro lado, «la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población». (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Para la investigación se buscará contactar con los cuarenta y tres traductores colegiados quienes ofrecen dentro de sus servicios la traducción audiovisual. Esta investigación tiene una muestra no probabilística, según Hernández, Fernández, & Baptista (2014):

En las muestras no probabilísticas, el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador (...) y las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación.

La base de datos de los traductores audiovisuales se obtuvo de la página web del Colegio de Traductores del Perú (www.colegiotraductores.org.pe), ya que en ella existe la herramienta de “búsqueda avanzada” donde se puede buscar a los profesionales según especialidad. Al colocar “audiovisual”, da como resultado un listado de cuarenta y tres traductores con sus respectiva información tal como: número de colegiado, tipo de profesional (traductor o intérprete), condición (hábil o no hábil), teléfono, correo

electrónico, especialidad, ubicación (departamento y distrito), combinación lingüística y descripción de otras habilidades.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para esta investigación, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento al cuestionario. Para Bernal (2010) «la encuesta se fundamenta en un cuestionario o un conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas». El cuestionario realizado para esta investigación es completamente anónimo y consta de dos preguntas generales (sexo y años de experiencia en traducción audiovisual) y cinco preguntas relacionadas con las dimensiones e ítems de esta investigación.

Respecto a la validez del instrumento, Hurtado (2010) indica que:

Un constructo es un concepto y por lo tanto, la validez de constructo intenta determinar en qué medida un instrumento mide el evento en términos de la manera como éste se conceptualiza y en relación con la teoría que sustenta la investigación.

Para calcular la validez de constructo, se realiza la validación por jueces ya que «se busca corroborar si existe consenso, o por lo menos, un porcentaje aceptable de acuerdo, entre el investigador y los expertos, con respecto a la pertinencia de cada ítem a las respectivas sinergias del evento». (p. 792) Por ello, en los anexos 3 y 4 se muestran las fichas de validación por expertos como muestra de la validez del instrumento de esta investigación.

Respecto a la confiabilidad del instrumento, Corral (2009) indicó:

Existen instrumentos para recabar datos que por su naturaleza no ameritan el cálculo de la confiabilidad (...). A este tipo de instrumentos, sin embargo, debe estimarse o comprobarse su validez a través del juicio de expertos, para establecer si los reactivos que los configuran o integran se encuentran bien redactados y miden lo que se pretenden medir.

Por ello, en el anexo 5 de la presente investigación se encuentra la validación por experto estadístico que, junto con el anexo 3 y 4, dan fe de la validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos para la presente investigación.

2.5 Métodos de análisis de datos

El análisis de los datos se hizo a través de Excel donde se tabularon los resultados para obtener los gráficos que se explicaran a detalle más adelante. Esos gráficos son el reflejo de las respuestas obtenidas en base al análisis de descripción de frecuencias.

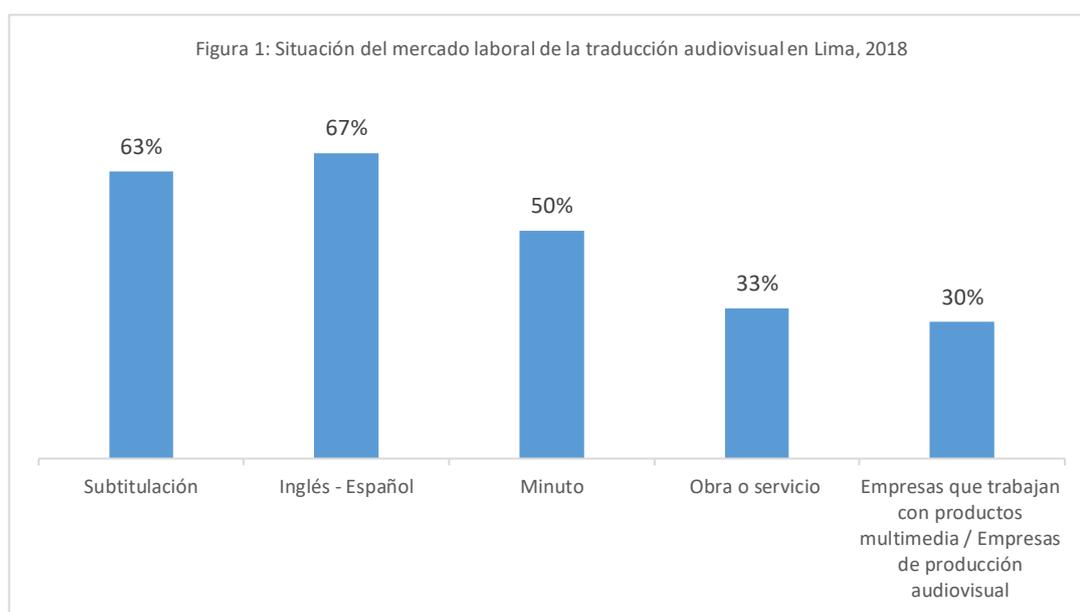
2.6 Aspectos éticos

Esta investigación ha sido realizada teniendo como base fuentes teóricas confiables y originales. Es así que se mantiene y respeta la propiedad intelectual de los autores haciéndoles la mención debida, según lo dispuesto por la sexta edición del manual APA. La aplicación de la encuesta será anónima y se respetará la información que los colaboradores proporcionen. Por último, la investigación se realiza bajo los lineamientos y parámetros otorgados por la Universidad César Vallejo.

III. RESULTADOS

Situación actual del mercado laboral de la traducción audiovisual

La figura número 1, muestra el resultado general de la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.



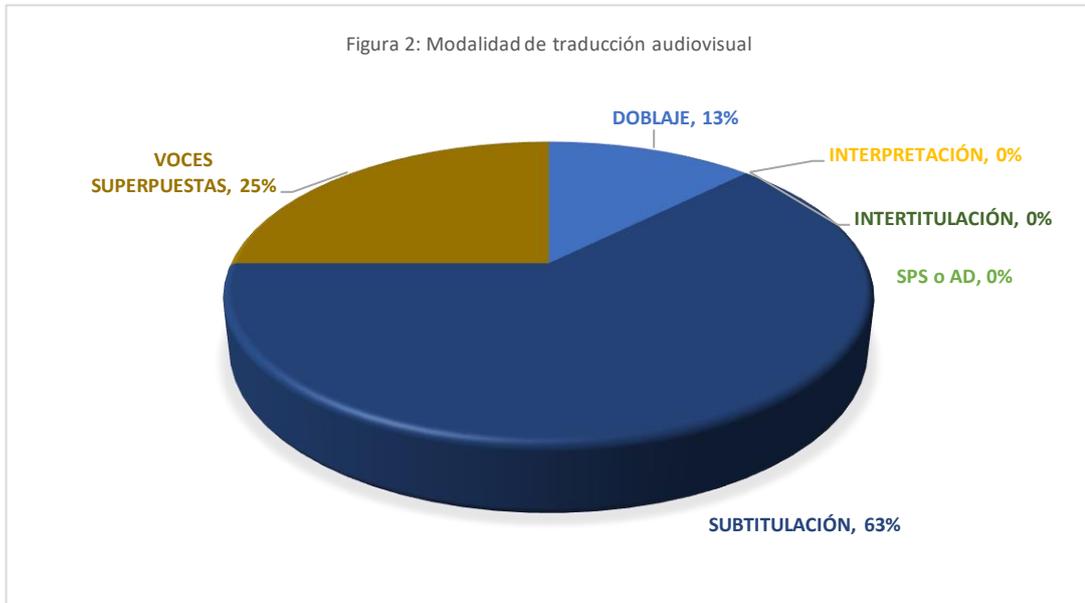
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que en el mercado laboral de la traducción audiovisual el 63% corresponde a la subtitulación; el 67% corresponde a la combinación lingüística de inglés – español; el 50% corresponde al tipo de cotización según minuto; el 33% corresponde al tipo de contratación según obra o servicio; y en el caso de los clientes el 30% corresponde a las empresas que trabajan con productos multimedia y a las empresas de producción audiovisual.

Modalidad de traducción audiovisual

La figura número 2, muestra los porcentajes obtenidos para cada una de las modalidades de traducción audiovisual presentadas anteriormente en esta investigación.



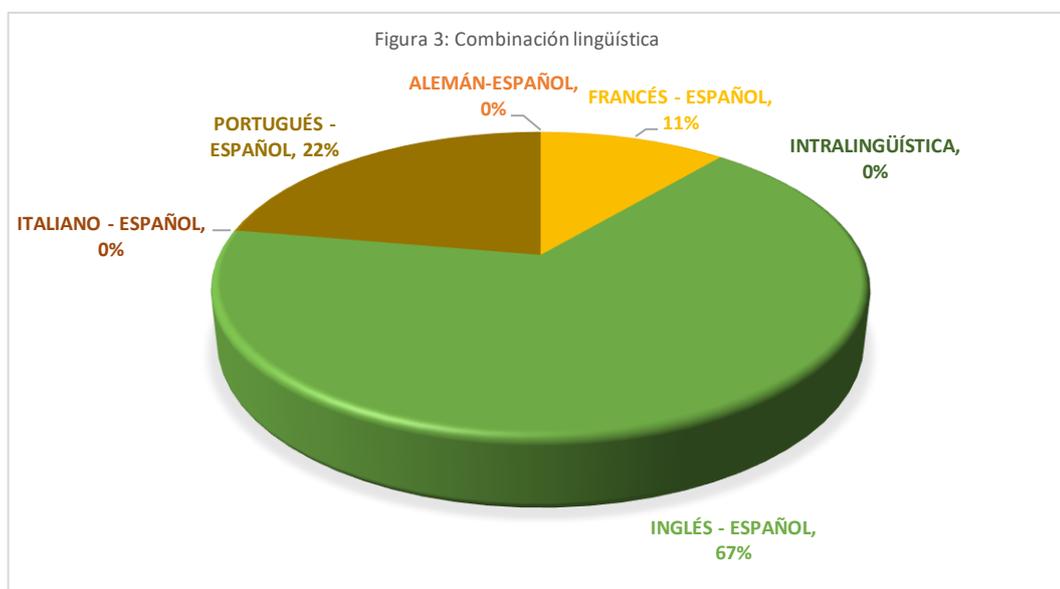
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que el 63% representa a la subtitulación como la modalidad de traducción más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual; el 25% a las voces superpuestas; el 13% al doblaje y finalmente 0% para las modalidades de SPS o AD, interpretación e intertitulación.

Combinación lingüística

La figura número 3, muestra los porcentajes obtenidos para cada una de las combinaciones lingüísticas presentadas anteriormente en esta investigación.



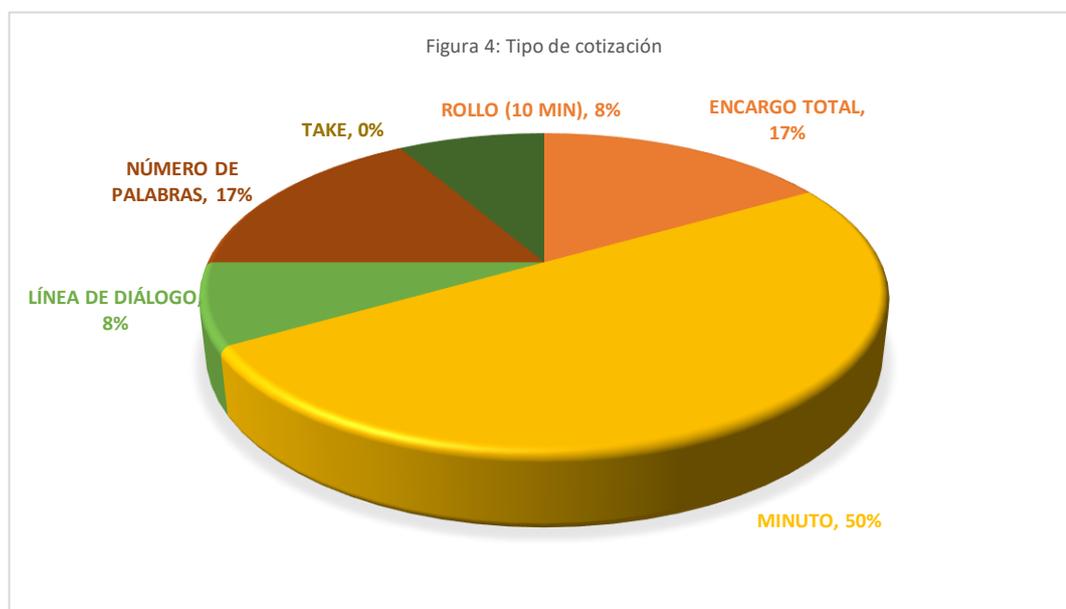
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que el 67% representa a la combinación inglés – español como la combinación lingüística más frecuente en el mercado de la traducción audiovisual; el 22% a la combinación portugués – español; el 11% a la combinación francés – español y finalmente el 0% a las combinaciones alemán – español, italiano – español y a la traducción intralingüística.

Tipo de cotización

La figura número 4, muestra los porcentajes obtenidos para cada una de los tipos de cotizaciones presentados anteriormente en esta investigación.



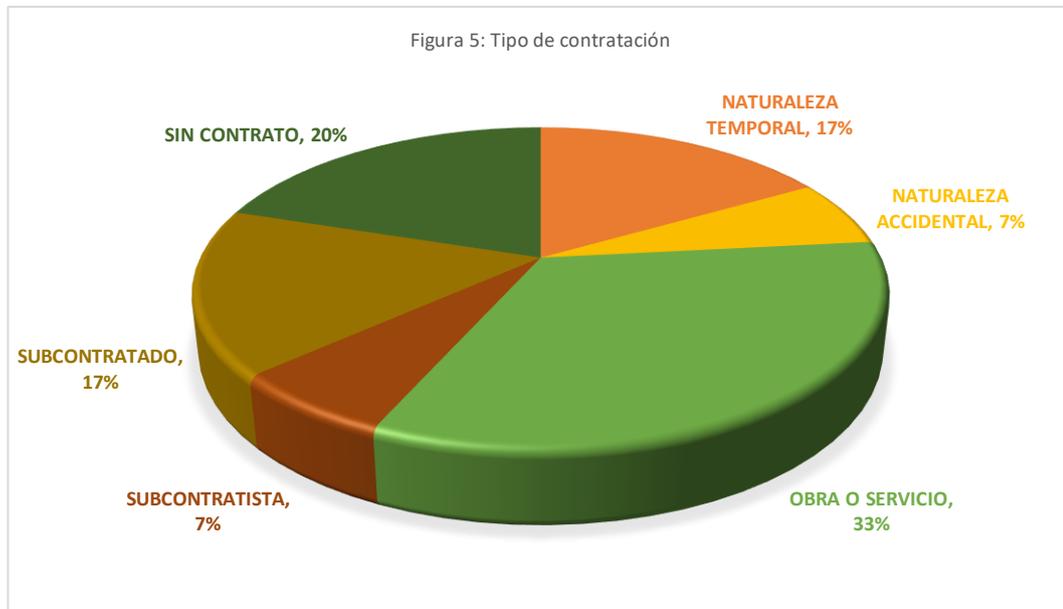
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que el 50% representa al minuto como el tipo de cotización más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual; el 17% a la cotización según número de palabras e igualmente otro 17% a la cotización según encargo total; el 8% a la cotización según rollo de 10 minutos e igualmente el 8% a la cotización según línea de diálogo; finalmente 0% a la cotización según *take*.

Tipo de contratación

La figura número 5, muestra los porcentajes obtenidos para cada una de los tipos de cotizaciones presentados anteriormente en esta investigación.



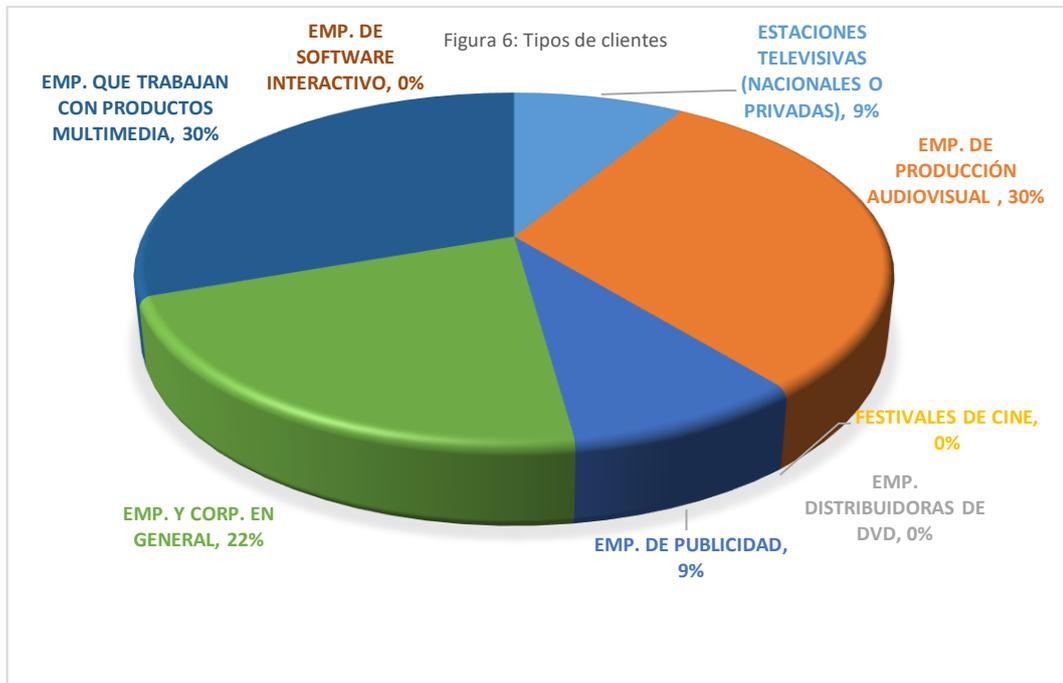
Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que el 33% representa al tipo de contratación por obra o servicio como el tipo de contratación más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual; el 20% a los aquellos sin contrato; el 17% al tipo de contratación según naturaleza temporal e igualmente 17% a aquellos subcontratados; el 7% al tipo de contratación por naturaleza accidental e igualmente el 7% a aquellos subcontratistas.

Tipo de cliente

La figura número 6, muestra los porcentajes obtenidos para cada una de los tipos de clientes presentados anteriormente en esta investigación.



Fuente: elaboración propia

Interpretación:

Se encontró que el 30% representa a las empresas de producción audiovisual e igualmente con 30% a las empresas que trabajan con productos multimedia como los tipos de clientes más frecuentes en el mercado laboral de la traducción audiovisual; el 22% a las empresas y corporaciones en general; el 9% a las empresas de publicidad e igualmente el 9% a las estaciones televisivas (nacionales o privadas); finalmente 0% a las empresas distribuidoras de *DVD*, festivales de cine y empresas de *software* interactivo.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como referencia dos investigaciones internacionales. La primera lleva el título de «Situación actual de la traducción audiovisual en Colombia» y estuvo a cargo de Orrego, Alarcón, Olaya y Pérez (2010) y la otra investigación lleva el nombre de «El entorno actual del mercado y la necesidad de traducción especializada en Alemania» a cargo de Hennecke (2017). Respecto a la primera investigación, la cual está realizada en Colombia, se observa que la modalidad de subtitulación está representado por el 66.7%, lo cual concuerda con la presente investigación donde la subtitulación obtuvo un 63% por sobre las demás modalidades de traducción audiovisual. Respecto a la segunda investigación, la cual está realizada en Alemania, se observa que la combinación lingüística de inglés – alemán representa el 20% mientras que en la presente investigación, la combinación lingüística inglés – español, representa el 67%. Se hace la comparación de ambas combinaciones lingüísticas ya que cumplen la relación inglés – idioma nativo del país y se puede deducir que, aunque la investigación de Hennecke no lo mencione, otros idiomas prevalecen por sobre el inglés y que esto es contrario a lo que sucede en Perú y en Latinoamérica en general.

Esta investigación tiene como referencia dos investigaciones peruanas que relacionadas con el mercado de la traducción e interpretación en el Perú. Si bien la interpretación no forma parte de la presente investigación, fue importante tener como referencia la situación de su mercado laboral. Cabe recalcar que las investigaciones de estudio o realidad de mercado, tanto en traducción como en interpretación, son escasas en Perú. Por ello se consideró importante que estas investigaciones fueran mencionadas y que pudieran ser comparadas con la presente investigación. Es así que, la primera investigación lleva el título de «Demanda del mercado laboral de interpretación en Lima Metropolitana, 2015» a cargo de Flores (2015) y la segunda investigación lleva el título de «El mercado de la traducción de planta en Lima (Perú)» a cargo de Escobedo y Garvich (2016). En la primera investigación se observa que la jornada representa el 62.34% del tipo de cobranza mientras que en la presente investigación no menciona los tipos de cobranza pero sí los tipos de cotización donde el minuto representa el 50%. Así mismo, en la investigación de Flores se evidencia que el inglés representa el 90.91% de los idiomas preferidos en la interpretación lo cual concuerda con la presente investigación donde, tal cual se indicó en el párrafo anterior, el inglés (en la combinación lingüística de inglés – español) es el idioma más

frecuente en los traductores audiovisuales en Lima. Dicha investigación también menciona a los tipos de contratación donde tipo de contrato temporal está representado por 84.2% mientras que en la presente investigación, el tipo de contratación temporal está representado en 17% y ocupando el tercer lugar de los tipos de contrataciones presentados. Respecto a la segunda investigación, se debe tener en cuenta que es cualitativa por lo cual no hay porcentajes que representen sus resultados, sin embargo, se pudo observar que el inglés también es el idioma que prevalece en los traductores de planta en Lima al igual que en los traductores audiovisuales, también de Lima.

Finalmente, está la investigación titulada «Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú» a cargo de Villanueva, Hermoza y Bravo (2017). Esta investigación también es exploratoria pero de tipo cualitativo, por lo que tampoco tiene porcentajes en sus respuestas. Al igual que en la presente investigación; Villanueva, Hermoza y Bravo, también presentaron inconvenientes con su muestra ya que muchos de los potenciales encuestados no quisieron participar de la investigación y su muestra tuvo que reducirse a más de la mitad. Los resultados difieren de los de la presente investigación ya que el enfoque es distinto y se menciona solo a la subtitulación mientras que, para la presente investigación, la subtitulación es un ítem dentro de las modalidades de traducción audiovisual. Sin embargo, ambas investigaciones están de acuerdo en que se debe promover la traducción audiovisual por medio de gremios y de iniciativas universitarias para poder considerar tanto a la subtitulación como a la traducción audiovisual como un servicio de valor añadido y además generar un tarifario unificado y rentable para uso de los traductores audiovisuales.

V. CONCLUSIONES

1. El mercado laboral de la traducción audiovisual está representado por la subtitulación, por la combinación lingüística de inglés – español, por el tipo de cotización según minuto, por el tipo de contratación según obra o servicio y por el lado de los clientes tanto a las empresas que trabajan con productos multimedia como a las empresas de producción audiovisual. Todas estas dimensiones y sus respectivos ítems no necesariamente dependen el uno del otro y los porcentajes pueden variar según tiempo y espacio. Es importante mencionar que la traducción audiovisual, definitivamente, no se lleva el mayor volumen de trabajo en traducción, incluso, dos traductores afirmaron que la traducción audiovisual no se realiza en esta ciudad. Sin embargo, la presente investigación solo tuvo en cuenta a los traductores colegiados por lo que es muy probable que dentro del grupo de traductores no colegiados y los no incluidos en la lista del Colegio de Traductores del Perú, también haya quienes se dediquen a la traducción audiovisual, incluso podría tomarse en cuenta a aquellos profesionales no traductores que también realizan traducción audiovisual.

2. La subtitulación es la modalidad de traducción audiovisual más frecuente en el mercado laboral. Esto nos da a entender, de inicio, que los traductores audiovisuales están debidamente preparados y han recibido educación especializada sobre las normas de cada modalidad de traducción audiovisual. El hecho que la subtitulación sea la modalidad más frecuente muestra una especial valoración por mantener el idioma original del material audiovisual ya sea de importación o exportación.

3. La combinación lingüística inglés – español es la más frecuente en el mercado laboral. Esto ha sido algo muy predecible ya que, según los antecedentes de la presente investigación, todos coinciden en que el idioma inglés siempre está presente por sobre los demás idiomas, no en vano es considerado el idioma universal. Ya sea de manera inversa o directa, el inglés está como el idioma predilecto para las traducciones audiovisuales en Lima, en Perú y en Latinoamérica.

4. La cotización por minuto es la más frecuente en el mercado laboral. El tipo de cotización ideal puede variar según la modalidad, por ejemplo, para la subtitulación está

bien cotizar por minuto, mientras que para el doblaje lo ideal sería cotizar según *take*. Por otro lado, el precio de la traducción de un material audiovisual puede variar dependiendo de que si tiene o no tiene guion, del idioma, de los ajustes necesarios y requeridos por el cliente, la edición, del formato, etc.

5. La contratación por obra o servicio es la más frecuente en el mercado laboral. Esto nos da a entender que los traductores audiovisuales son contratados para realizar solamente una tarea específica y en periodo de tiempo específico. Ya que la traducción audiovisual no está considerada como una actividad frecuente, no se valora al traductor audiovisual como tal. También es importante mencionar que todos los tipos de contratación presentados en la presente investigación obtuvieron un porcentaje. Es decir, los traductores audiovisuales no tienen un tipo de contratación definido ni tampoco estabilidad laboral.

6. Las empresas de producción audiovisual y las empresas que trabajan con productos multimedia son los tipos de clientes más frecuentes en el mercado laboral. Estas empresas son las que más solicitan traductores audiovisuales ya que están en constante realización y producción de material audiovisual. Mientras que las empresas dedicadas a otros rubros, contratan traductores de manera esporádica y, según los traductores audiovisuales encuestados, ninguno se dedica a traducir para festivales de cine pese al protagonismo de las producciones nacionales en el mundo, durante los últimos años

VI. RECOMENDACIONES

1. La conclusión sobre la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018 ayuda a que los estudiantes de traducción, traductores noveles y traductores experimentados, puedan conocer el mercado laboral si deciden especializarse y dedicarse a la traducción audiovisual. Es así que, los traductores podrán estudiar y especializarse para ser profesionales competitivos en este mercado laboral. Si bien la traducción audiovisual en el Perú aún tiene un gran camino por recorrer, es importante que los traductores que recién inician, puedan tomarla como opción ya que este es un mercado poco explorado y con gran opción de desarrollo, en opinión de muchos especialistas. También se espera que esta investigación sea el precedente de investigaciones más profundas sobre el mercado laboral de la traducción audiovisual.

2. Respecto a la subtitulación, se recomienda que los traductores inviertan en la compra de los últimos *softwares* que puedan facilitar su labor y les permita entregar un trabajo de calidad. Así mismo, se exhorta a que los traductores audiovisuales inviertan también en su educación, en mantenerse actualizados, en llevar cursos complementarios y ser activos en plataformas virtuales para mantenerse siempre en contacto con los colegas extranjeros y de su localidad para compartir experiencias, inquietudes y hasta para encontrar oportunidades laborales.

3. Respecto a la combinación lingüística, se recomienda que los traductores audiovisuales se mantengan en constante educación y práctica de los idiomas con los que trabajan. Así también, se recomienda que las universidades y centros de estudio enfatizen, aún más, el dominio del idioma inglés y del idioma nativo ya que esa es la combinación lingüística más solicitada hasta la fecha.

4. Respecto a la cotización por minuto, si bien ya se mencionó en las conclusiones, es un tipo de cotización que es adecuado para la subtitulación pero se recomienda que los traductores audiovisuales estén en contacto con profesionales de otros países y puedan conocer otros tipos de cotización usados en el mundo. Es importante tener como referencia a países como España, que ya están mucho más avanzados en lo que refiere a traducción audiovisual. España tiene muchas investigaciones y artículos referentes al desempeño de

la traducción audiovisual. Por ello, también se recomienda la creación de gremios profesionales que puedan trabajar en pro de la valorización del traductor audiovisual. De esa manera, se podría uniformizar precios, cotizaciones, modalidades de trabajo, etc., a favor del profesional de traducción audiovisual

5. Respecto a la contratación por obra o servicio, se recomienda que el traductor audiovisual siempre emita comprobantes de pago sea cual sea el tipo de contratación con el que trabaje. También se recomienda que las empresas producen material audiovisual, tengan un traductor audiovisual trabajando de manera permanente ya que la traducción audiovisual forma parte del proceso de posproducción.

6. Respecto a los clientes, es decir, las empresas de producción audiovisual y productos multimedia, se recomienda que los traductores se preocupen en mantenerse actualizados para poder ampliar la cartera de clientes y poder llegar a cubrir todos los puestos donde se requiera un traductor audiovisual. Existen muchos más clientes con los que se puede trabajar y probablemente no se esté cubriendo esas plazas debido a la desinformación o a que profesionales de otras carreras están desarrollando la traducción audiovisual. Está en los propios traductores audiovisuales el revalorizar su profesión y especialización, educando a sus clientes y acomodándose a las necesidades del mercado.

VII. REFERENCIAS

- Alelú, M., Cantin, S., López, N., & Rodríguez, M. (2012). *Estudio de encuestas*. 3º Educación Especial.
- Barrera, J. H. (2010). *Metodología de la Investigación - Guía para la comprensión holística de la ciencia*. Bogotá: Quirón.
- Bartoll, E. (2015). *Introducción a la traducción audiovisual*. Editorial UOC. Barcelona.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shallom.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3 edición). Colombia: PEARSON Education.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales* (3 ed.). Buenos Aires.
- Chaume, F. (2013a). *Audiovisual Translation: Dubbing*. Londres: Routledge.
- Chaume, F. (2013b). *The turn of audiovisual translation: New audiences and new technologies*. Translation Spaces 2, 105 - 123.
- Chaume, F. (2004). *Cine y traducción*. Editorial Cátedra. Madrid.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Corral, Y. (2009). *Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos*. Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Díaz, J. (2007). *Traducción audiovisual y accesibilidad*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Diaz-Cintas/publication/314261738_Traduccion_audiovisual_y_accesibilidad/links/58c02073aca272a178e6f3a2/Traduccion-audiovisual-y-accesibilidad.pdf.
- Escobedo, S., Garvich, M. (2016). *El mercado de la traducción de planta en Lima (Perú)*. Base de datos de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Figueroa, A. (1993). *La naturaleza del mercado laboral*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Flores, V. (2015). *Demanda del mercado laboral de la interpretación en Lima Metropolitana, 2015*. Base de datos de la Universidad César Vallejo
- Gambier, Y. (2016). *Screen Translation: Special Issue of the Translator* (Vol. 3). New York: Routledge.
- Garza, H. (2016). *Cine3*. Recuperado de <https://superluchas.com/cine3/los-intertitulos/>
- Hennecke, A. (2017). El entorno actual del mercado y la necesidad de traducción especializada en Alemania.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6ta Edición). Ciudad de México: MC Graw Hill Education.

- Jiménez, C. (2007). *Traducción y accesibilidad: subtitulación para sordos y audiodescripción para ciegos: nuevas modalidades de traducción audiovisual*. Peter Lang.
- Jiménez, R. (1998). *Metodología de la investigación: elementos básicos para la investigación clínica*. La Habana: Editorial Ciencias Médicas.
- Martínez, J. J. (2016). *Reflexiones sobre la traducción audiovisual: Tres espectros, tres momentos*. Valencia: Universitat de València.
- Merino, M. (2012). *La traducción audiovisual*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2006). *Servicios*. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/drt/servicios/triptico_serie_09.pdf
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2016). *Mercado laboral y los centros de información*. Recuperado de: <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-form-cap-lab/algunos-conceptos-que-debes-saber/#conoce%20el%20mercado%20laboral%20y%20centros%20de%20formacion>
- Monje, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Huila: Universidad Surcolombiana.
- Moreno, T., Gómez, B., García, F., García, A. (2006). *Accesibilidad de la televisión digital para las personas con discapacidad*. Barcelona: CERMI.
- Neffa, J. (2003). *El trabajo humano. Contribución al estudio de un valor que permanece*. Buenos Aires: Asociación Trabajo y Sociedad, CEIL - PIETTE, Lumen-Humanitas.
- Noguera, D. (2016). *Traductor automático*. Recuperado de: <https://traductorautomata.com/2016/11/05/sobre-tarifas-de-traduccion/>
- Orrego, J., Alarcón N., Olaya C., Pérez, K. (2010). *Situación actual de la traducción audiovisual en Colombia*. Base de datos de Universidad de Antioquia.
- Talaván, N., Ávila, J., & Costal, T. (2016). *Traducción y accesibilidad audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Villanueva, I., Hermoza, F., Bravo, M. (2017). *Experiencias profesionales y percepciones sobre la subtitulación interlingüística en Lima, Perú*. Base de datos de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

ANEXO 1:

SITUACION DEL MERCADO LABORAL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LIMA, 2018						
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	VARIABLE DE ESTUDIO	DIMENSIONES	ITEMS	METODOLOGÍA
¿Cuál es la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer la situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018.					
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
¿Cuál es la modalidad de traducción audiovisual más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer la modalidad de traducción audiovisual más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018			Modalidad de traducción audiovisual	Traducción audiovisual accesible (SPS o AD) Doblaje Interpretación (en el campo audiovisual) Intertitulación Subtitulación Voces superpuestas	ENFOQUE: Cuantitativo NIVEL: Exploratorio
¿Cuál es tipo de cotización más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer el tipo de cotización más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018	No aplica	Mercado laboral de la traducción audiovisual	Tipo de cotización	Encargo tota Minuto Línea de diálogo Número de palabras <i>Take</i> Rollo (10 min)	TIPO: Aplicada DISEÑO: Descriptivo TÉCNICA: Encuesta MÉTODO: Deductivo
¿Cuál es la combinación lingüística más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer la combinación lingüística más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018			Combinación lingüística	Alemán – Español Francés – Español Inglés - Español Italiano – Español Portugués - Español Traducción intralingüística (en el caso de SPS o AD)	

¿Cuál es el tipo de contratación más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer el tipo de contratación más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018	Tipos de contratación	Naturaleza temporal Naturaleza accidental Obra o servicio Subcontratista Subcontratado Sin contrato
¿Cuál es el tipo de cliente más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018?	Conocer el tipo de cliente más frecuente en el mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018	Tipos de clientes	Estaciones televisivas nacionales o privadas. Empresas de producción audiovisual Empresas distribuidoras de DVD Festivales de cine Empresas de publicidad Empresas y corporaciones en general Empresas que trabajan con productos multimedia Empresas de software interactivo

ANEXO 2:

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO LABORAL EN LIMA, 2018

El siguiente cuestionario pretende identificar las características principales del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018. Toda la información brindada en este cuestionario será mantenida en confidencial y anónima.

Se agradece, de antemano, su apoyo con esta investigación.

Aceptar

* 1. Sexo

Hombre

Mujer

* 2. Años de experiencia en el campo de la traducción audiovisual

* 3. Marque SÍ o NO según sea la **modalidad de traducción** con la que trabaje en el campo de la traducción audiovisual

	sí	NO
1. Traducción audiovisual accesible (SPS o AD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Doblaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Interpretación (en el campo audiovisual)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Intertitulación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Subtitulación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Voces superpuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 4. Marque SÍ o NO según sea la **combinación lingüística** (directa o inversa) con la que trabaje en el campo de la traducción audiovisual

	sí	NO
1. Alemán - Español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Francés - Español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Inglés - Español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Italiano - Español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Portugués - Español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Traducción intralingüística (en el caso de SPS o AD)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 5. Marque SÍ o NO según el **tipo de cotización** con la que trabaje en el campo de la traducción audiovisual

	SÍ	NO
1. Encargo total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Minuto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Línea de diálogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Número de palabras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Take	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Rollo (10 minutos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 6. Marque SÍ o NO según el **tipo de contratación** con el que trabaja en el campo de la traducción audiovisual

	SÍ	NO
1. Naturaleza temporal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Naturaleza accidental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Obra o servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Subcontratista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Subcontratado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Sin contrato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* 7. Marque SÍ o NO según el **tipo de cliente** con el que trabaje en el campo de la traducción audiovisual

	SÍ	NO
1. Estaciones televisivas (nacionales o privadas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Empresas de producción audiovisual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Empresas distribuidoras de DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Festivales de cine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Empresas de publicidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Empresas y corporaciones en general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Empresas que trabajan con productos multimedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. empresas de software interactivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO 3:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: *Calero Moscol, Carmen*
- 1.2. Cargo e institución donde labora:
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación
- 1.4. Autor(a) de instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	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	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.		✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, 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

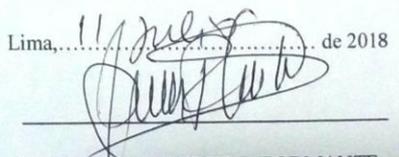
✓

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

20

Observaciones:

Lima, *11 de julio* de 2018



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
DNI No. *10452038*

ANEXO 4:

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: Villanueva Lopez, Victoria
- 1.2. Cargo e institución donde labora:
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación:
- 1.4. Autor(a) de instrumento: Katya Bravo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

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

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 :

18

Observaciones:

- Incluye enumeración de encuestas.
 - Delimita en el título de la encuesta.
 - Modifica pregunta 3, especificando TAV.

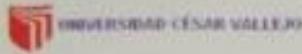
Lima, 28 de septiembre de 2018

Katya Bravo

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE:

DNI No. 46270601

ANEXO 5:



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres: PAUL ANGEL CALERO SALAZAR
- 1.2. Cargo e institución donde labora:
- 1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación
- 1.4. Autor(a) de instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión.)

CRITERIOS	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	Esta adecuado para valorar las variables de la hipótesis.		✓
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos		✓
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, 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

✓

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN :

20

Observaciones:

Lima, 13 de Octubre de 2018

Paul Angel Calero Salazar

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI No. 25560112 Cel. 987177791

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 30 - 11 - 2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Betty Maritza Gálvez Nores, docente de la Facultad de Educación e Idiomas y Escuela Profesional de Idiomas de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor(a) de la tesis titulada

"Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018" del (de la) estudiante Katya Eliseth Bravo Rodríguez, constato que la investigación tiene un índice de similitud de .18...% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 30 de noviembre de 2018



Firma

Betty Maritza Gálvez Nores

DNI: 43259931

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE IDIOMAS

SITUACIÓN DEL MERCADO LABORAL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LIMA, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE TRADUCTOR E INTÉRPRETE

AUTOR

BRAVO RODRÍGUEZ, KATYA ELISETH

ASESOR

MGTR. GÁLVEZ NORES, BETTY MARITZA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SERVICIO



Resumen de coincidencias

18 %

1	core.ac.uk Fuente de Internet	1 % >
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 % >
3	es.scribd.com Fuente de Internet	1 % >
4	Entregado a Infile Trabajo del estudiante	1 % >
5	www.scribd.com Fuente de Internet	1 % >
6	www.researchgate.net Fuente de Internet	1 % >
7	twitter.com Fuente de Internet	<1 % >
8	prezi.com Fuente de Internet	<1 % >
9	obras-de-traductologia... Fuente de Internet	<1 % >
10	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 % >



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Bravo Rodríguez, Katya Eliseth
D.N.I. : 45983556
Domicilio : Jr. Esteban Baca 120, Tungasuca, Carabayllo
Teléfono : Fijo : Móvil : 959765218
E-mail : kbravorodriguez@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Educación e Idiomas
Escuela : Idiomas
Carrera : Traducción e Interpretación
Título : Licenciada en Traducción e Interpretación

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Bravo Rodríguez, Katya Eliseth

Título de la tesis:
Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima, 2018

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 21/12/18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Profesional de Idiomas

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Katya Eliseth Bravo Rodríguez

INFORME TÍTULADO:

Situación del mercado laboral de la traducción audiovisual en Lima,
2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Traducción e Interpretación

SUSTENTADO EN FECHA: 11/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 16




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN