

# Hacer docencia en todo el mundo

por **Miriam Simcovich**

Toda la sociedad identifica claramente a qué se dedica un dentista o un arquitecto, pero cuando alguien dice "soy traductor", la respuesta suele ser un breve silencio, seguido de un comentario como: ¡... ah, sí! Yo tengo un primo que habla inglés.

A partir de la presencia, en el IV Congreso Latinoamericano de Traducción e Interpretación, de reconocidos expertos a nivel internacional, consultamos a cada uno sobre por qué hay en la sociedad una imagen poco clara de la profesión, qué sucede en los países donde trabaja cada uno de ellos, cuáles pueden ser las causas y recibimos sus propuestas para revertir la situación.



## Hannelore Lee-Jahnke

**"Somos embajadores de nuestros países en el mundo"**

En Europa tenemos el mismo problema.

Creo que es porque allá la formación llegó muy tarde. En Ginebra hay una de las escuelas más antiguas a nivel universitario, que comenzó en 1941. En ese momento capacitaban a filólogos y no a traductores, pero aún hoy mucha gente dice que aprendió un idioma y que eso es lo mismo que traducir.

En Suiza estamos tratando de tener una Ley de Traductores y yo me encuentro organizando una reunión entre autoridades, universidades y el mercado de trabajo a nivel europeo, para hacerles entender que necesitamos esa ley, porque actualmente los traductores estamos en la misma categoría que cualquier otro servicio no profesional, como proveedores.

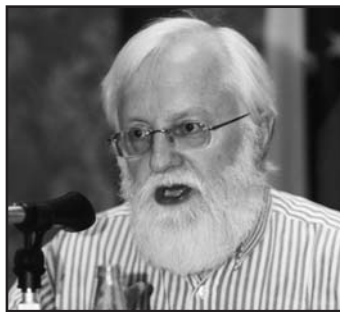
La causa es, definitivamente, un problema de marketing. Necesitamos difundir lo que hacemos entre bancos, empresas, instituciones, autoridades...

Como Presidenta de una comisión de la FIT, me ofreció para hacer llegar información a las autoridades gubernamentales de Argentina, con nuestra firma y la de Beatriz Rodriguez, para po-

ner en su conocimiento la realización de este evento, la importancia que tiene y el trabajo que estamos haciendo a nivel internacional.

Hay que resaltar que nosotros podemos ser embajadores de nuestro país, porque trabajamos en la comunicación internacional.

Y aprovecho para felicitar al CTPCBA por el trabajo que hace a todo nivel, por la capacitación constante que ofrece y por habernos dado la posibilidad de este Congreso. Yo he viajado por todo el mundo y no vi en ningún lugar un trabajo como el que se ha hecho aquí. Tengo que destacar la preocupación que tiene el CTPCBA por la formación de sus matriculados, la creación del Centro Regional América Latina y tantos otros logros.



## Yves Gambier

**"Sin la traducción la sociedad no puede vivir"**

Creo que esto de la imagen poco clara es un problema universal.

Cuando uno negocia su trabajo la gente empieza a tomar conciencia de los problemas de la traducción o de las competencias que implica.

En Finlandia la gente va tomando conciencia, aunque siempre hay alguien que consulta "¿Puede traducir estas 600 páginas para mañana?... ¿Por qué no? Si

usted sabe el idioma. ¿No tiene un diccionario?"

Sin embargo, en general, los traductores e intérpretes son muy reconocidos. Tenemos revistas de noticias, que todos los años hacen una clasificación del trabajo profesional, para ver cuál es el mejor. Y, créase o no, ¡los traductores siempre aparecen en los 10 primeros puestos!

Pero, a pesar de que tenemos reconocimiento en una parte de la sociedad, la gente común todavía no sabe bien lo que realmente hacemos y aún en las universidades no lo saben.

¿Por qué pasa esto? Por diferentes razones. La primera es la forma en que aprendemos el idioma. Por mucho tiempo nos focalizamos en las palabras y no en la comunicación. Por eso, la gente cree que es cuestión de "palabra por palabra" y no que nuestro trabajo es parte de un proceso comunicacional donde debe prevalecer el sentido, el concepto. Y lamentablemente algunos estudiantes, después de 5 años de estudio, reaccionan igual que el público.

En segundo lugar, los traductores dan una imagen negativa de lo que realmente hacen. Si se habla de la traducción como pérdida, ¿por qué vamos a esperar que la gente piense lo contrario? Tenemos que pensar en lo que se gana en la comunicación y no en la pérdida del sentido original.

¿Qué hacer? De alguna forma, hay que hacerle entender a la sociedad que no podría vivir sin la traducción. Falta conciencia de nuestro trabajo. En Finlandia el 80 por ciento de los programas de TV son traducidos. Pero hay que pensar en las compras, el software, todo.

Este tipo de eventos es muy útil, aunque en realidad lo es para nosotros mismos. Tenemos que salir fuera de nuestro propio círculo, compartir congresos con otros profesionales.



La traducción tiene que hacerse presente en el cine, y también en la medicina, la farmacia, y en fin, en todo el mundo profesional.



### Christianne Nord

**“La mejor manera es mostrar el profesionalismo”**

¡En todos los países es igual! Cuando digo que soy traductóloga, me preguntan: "¿De qué idioma? Pero.. ¿qué traduce?" La gente no tiene idea que está usando traducciones todo el tiempo. Y cuando doy conferencias a gente de otras profesiones, me suelen decir: "Ah, no sabía que era tan interesante".

¿Por qué pasa esto? Ortega y Gasset decía que "el traductor es un ser tímido". Es que cuando la traducción funciona bien no se nota. El traductor sólo se hace visible cuando pasa algo, cuando algo estorba o impide la comunicación.

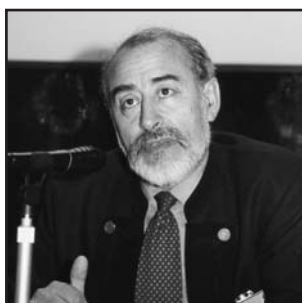
Quizá sea falta de marketing. Una de mis misiones es mejorar la imagen social del traductor y estoy llamando la atención de la gente sobre el tema. Creo que no entramos en su horizonte porque todo funciona bien. Quizá deberíamos hacernos más visibles, no en el producto sino como personas, en las relaciones con nuestros clientes. A veces dicen: "yo sé inglés, yo lo haría, pero es que no tengo tiempo." O... ¿"Puede copiarme este texto en español?" Por eso, hay que hablarles de las dificultades y fascinaciones de esta profesión para que tomen conciencia.

Un Congreso de esta envergadura es un buen paso, son pequeños pasos, porque no se puede hacer un escándalo. Yo a mis alumnos trato de darles la sensación de que saben algo que no sabe otra gente y que pueden mostrar su orgullo.

Siempre te tratan como te presentas. La mejor manera es mostrar el profesionalismo. En Alemania estamos en buen

camino. Cada vez son más los clientes que aprueban nuestra labor y que están dispuestos a pagar por un buen trabajo. Tenemos asociaciones profesionales y un gremio de la enseñanza universitaria para mejorar el currículum.

Las grandes empresas buscan a traductores profesionales aunque cuesten más, porque se dan cuenta que si la traducción es mala, la comunicación no funciona.



### Miguel Ángel Vega Cernuda

**“Tenemos que insistir para que nos conozcan”**

Esto pasa porque la profesión se ha institucionalizado hace poco.

En Europa, la traducción como profesión regulada, aparece recién en 1934, cuando se establece la primera escuela de traducción. Luego surgen la de Ginebra y otras, pero antes de eso, ni siquiera había escuelas profesionales. Traducir era un acto más o menos "pirata". Yo empecé así, y ¡nada menos que con Goethe!

Arrastramos ese lastre que no tienen otras profesiones. Otro aspecto del problema es que la comunicación es algo natural. Por ejemplo viene un cliente y dice: "A ver si me traduces esto", uno lo hace en el momento. Pero luego el cliente no entiende que le quieras cobrar.

Se pierde de vista que la competencia tiene muchos componentes y, ya lo decía Lutero en la carta acerca de la traducción, "una cosa es saber una lengua y la otra es saber traducir".

¿Qué podemos hacer? Encuentros como éste, mover un poco a las autoridades de las respectivas naciones. En España se creó una junta de traductores que dialoga directamente con la administración del Estado.

Yo aconsejaría insistir en que el 30 de septiembre la sociedad tome conciencia de nuestra existencia, que hagamos algo específico, que somos moderadores lingüísticos ejerciendo un trabajo profesional.



### Amparo Hurtado Albir

**“La RAE debería hacernos más caso”**

En España pasa lo mismo. Es que la nuestra es una profesión de lo más antigua, pero también de lo más reciente. Se traduce desde siempre pero como profesión reconocida es joven, de cuando surgen los primeros centros de formación.

La gente identifica "Traducción = lengua" y no es consciente de que toda la comunicación pasa por la traducción. Es un problema económico social que cambia mucho según el país. En España hay derechos de autor para los traductores literarios, pero no todas las editoriales los pagan.

El traductor es invisible, pasa desapercibido y, sin embargo, es fundamental.

En España, el problema es que cualquiera puede traducir, no hay un Colegio profesional. Con el establecimiento de las licenciaturas la cosa ha cambiado un poco, pero no tenemos Colegio, estamos dispersos.

¿Por qué pasa esto? El traductor asume el papel de inferioridad que la historia le ha otorgado: "traductor-traidor", "copia sin alma", "partitura mal tocada", "la imposibilidad de la traducción..." Piensan que es fácil, que alcanza con tener un diccionario y por eso no nos valoran.

Creo que eventos como el IV Congreso sirven para darle status a la profesión y hay muchas reivindicaciones que hacer, por ejemplo, que siempre que se haga una traducción aparezca el nombre del traductor. En la prensa, en la TV, en las películas que aparezca quién hizo el doblaje. Tenemos que dejar de ser anónimos. La Real Academia Española debería hacernos más caso, ocuparse más del tema, darnos plata para asistir a los congresos.

Quizá no se dan cuenta, no valoran lo suficiente que estamos ahí y que velamos por la lengua. En la Real Academia Española debería haber traductores.



### João Esteves-Ferreira

**“Hay que confiar en nosotros mismos”**

Estas cosas pasan por la falta de reconocimiento de la especificidad del traductor. Cuando un texto está bien, nadie ve la traducción.

Yo trabajo en Suiza que es un país trilingüe, por eso se conocen claramente los problemas de pasar de un idioma al otro para todo. Por ejemplo, en todos los productos básicos las etiquetas están en 3 idiomas.

Creo que el problema, en gran parte, se debe a los propios traductores, a partir del momento en que un traductor actúa o se considera a sí mismo como si aceptara un nivel no profesional, por ejemplo, si acepta un sueldo igual al de una secretaria, en vez de igual al de un ingeniero.

Cuando voy a las universidades a hablar con los estudiantes les pregunto cuál creen ellos que es el sueldo de un traductor con 10 años de experiencia. Por ejemplo me dicen 100 (pesos, dólares, lo que sea). Luego cambio de tema y al final les pregunto cuánto creen que gana un ingeniero o arquitecto con 10 años de experiencia, y me dicen 400. O sea que ya ellos tienen la imagen de que van a ganar menos.

Hay una falta de confianza en sí mismos. La sociedad intentó hacerles creer que quien habla más de un idioma es traductor, pero el problema es que ellos se lo creen.

El público no sabe lo que es la traducción hasta que tiene la necesidad. Y lo que tenemos que hacer es recalcar este punto, hacer notar que Shakespeare no escribió en español, que el manual de un auto de fabricación extranjera no vino en español, que alguien trabajó ahí. Lula no habla ningún otro idioma que no sea portugués, para entenderlo, alguien trabaja ahí. Tiene que haber alguien que haga la transferencia de uno a otro idioma.

Este Congreso es una buena ocasión para llamar la atención, aprovechar para llevar la temática a los medios, mostrar que los traductores han hecho esto, que Saramago dice que la traducción es esencial. Hay que servirse de cada ocasión, señalar los errores de los no-profesionales y hacer marketing.



### Marie Lemasson

**“Hay que educar al cliente”**

En Francia nos pasa lo mismo. La cosa está mejorando gracias a nuestra asociación, pero la gente tiene la imagen de nosotros como secretarías. Es un problema porque tenemos el mismo código para registrarnos en organismos oficiales que ellas.

Pero nuestro papel es explicarle al cliente que no somos secretarías. Hemos publicado un folleto para explicar qué es un traductor y qué necesita para trabajar. Y mis clientes me dicen: "Ah, ahora sí, ahora entiendo que necesitás tiempo, documentos, etc.".

Nuestro sindicato está trabajando para cambiar esto. El típico traductor francés se queda solo en su casa con su PC, sus libros, notas, fax y ni siquiera forma parte de Asociaciones. Hay como 5000 traductores en Francia, pero sólo 900 vienen a la asociación. Tenemos una categoría de traductor público, son muy pocos y forman parte, pero para todos los otros no hay estatutos ni nada.

El cliente no los llama dos veces, pero con que los llame una, ya es tarde, porque bajan los precios del mercado y la calidad del trabajo.

En ese sentido, nosotros estamos preparando normas de calidad.

Los eventos como éste sirven para hacer contactos que podemos seguir a través de Internet. Vemos que todos tenemos los mismos problemas, los anglicismos, los errores gramaticales. Eso nos conforta. Podemos decir que no somos los únicos.

Los traductores no saben mucho de marketing. Hay que invitar a los otros profesionales, incluidos los periodistas, para que se sepa cómo es nuestro trabajo. Se pueden hacer folletos para educar al cliente, invitarlos a congresos para que vean que no somos secretarías y defender nuestras tarifas.



### Josep Peñarroja Fa

**“Tomarle el pulso a la profesión”**

Esto pasa en todo el mundo. El problema de la falta de prestigio profesional no es un tema argentino o latino, es idéntico en todo el mundo.

Quizá la realidad cotidiana de nuestros países sea diferente, pero en España también vemos que cualquiera que sabe otro idioma es traductor. El panorama es desolador.

Nosotros somos gente aislada y creo que parte de la culpa es nuestra, porque nos quedamos trabajando en casa; hay que asociarse, hay que participar. ¡La unión hace la fuerza! Hay profesiones que hacen lobby y consiguen cosas, leyes que los protegen y benefician.

Pero digo que es complejo porque tenemos la idea de crear un Colegio y que todos entren, pero luego se pone la guillotina, entran algunos y otros no... ¿Cómo se decide quién entra?

¿Qué se puede hacer? Es difícil. Creo que los manuales sirven sólo si el cliente los lee. Pero Congresos como éste crean fuertes lazos, quizá no sirven tanto para que la sociedad nos conozca sino para ver problemas comunes, cómo resolverlos, tomar modelos e ideas que en otro lugar se aplican con éxito. Sirven para tomarle el pulso a la profesión.

Los traductores deberíamos hacer marketing, lo que pasa es que no sabemos. Incluso, para algunos la sola idea es una herejía.

Yo creo que hay que usar todas las herramientas a mano, que todo ayude.



## Elena de la Fuente

### “La oposición suele ser el autodidacta”

Esto pasa en todo el mundo. En Francia hacemos muchos congresos, pero la imagen está desvalorizada en todas las sociedades.

Creo que influye mucho la actuación de las Asociaciones profesionales, pero básicamente hay dos motivos: la falta de compromiso de las asociaciones y la falta de difusión de lo que hacemos, en todo sentido.

No hay una ley que establezca una reglamentación de la profesión en general.

En Argentina hay un marco legal, pero sólo para la traducción pública. En la "no pública" no hay, puede hacerla toda persona.

He estado luchando durante años en el campo legal de la traducción, por el reconocimiento legal. No resultó, porque había diferentes intereses, fue doloroso ver que no se llegó a encontrar la vía apropiada para introducir ese proyecto en las instituciones que tenían que aprobarlo.

La situación es grave, pero el Colegio tiene en sus manos una herramienta fenomenal. Tiene la ley, que permite ir más lejos, extender el reconocimiento legal para la traducción.

Todo el que desee tener acceso a la profesión tendría que pasar un examen. Y aunque se titule, debe entender que no ha terminado la formación, que tiene que ser continua.

La FIT debería promocionar el reconocimiento a nivel social y legal. Hay que tener en cuenta que la oposición suele ser el autodidacta, para ellos ley es igual a título.

Creo que tenemos un problema de marketing. Hay que salir de nuestra profesión e invitar a otros profesionales a estos debates. La prensa tiene que

dar mayor difusión, sería muy interesante que hubiera un debate en la TV, o invitar a autoridades de diferentes gobiernos. En ese sentido, el CTPCBA está muy bien encauzado en muchos proyectos.



## Georges Bastin

### “Hay que vender mejor la imagen”

Bueno, en Canadá eso no pasa igual, al menos no con los profesionales universitarios.

Hay gremios en cada provincia, hay colegios, organizaciones gremiales... Quizá sea por ser un país bilingüe, por la tradición de traductores que hay, o por la cantidad de material traducido.

Creo que este evento sirve muchísimo para difundir la profesión, el mismo hecho de que exista el CTPCBA, que se publicite a nivel internacional lo que hacemos, que se haga el Congreso, que existe la profesión y que nos reunimos, todo eso da una imagen positiva.

Puede ser un tema de marketing, tiene que ver. Quizá no somos lo suficientemente agresivos en promocionar la profesión; hay que vender mejor la imagen.

En todos lados se repite eso de “educar al cliente”. Podemos hacer un manual, darle difusión. Pero si los propios traductores no sabemos explicar lo que hacemos, es porque la formación que recibimos, que no incluye en su plan de estudios todo lo deontológico, o por falta de teoría.

Cuando hay un marco legal, se garantiza el profesionalismo, porque todo el mundo entiende que el Congreso de la Nación no va a aprobar algo que no tenga seriedad.



## Manfred Schmitz

### “La primera medida es la calidad del trabajo”

En Alemania pasa lo mismo, aunque se han logrado progresos porque tenemos una buena educación universitaria (la carrera se dicta en casi 100 universidades del país). Por eso, se está transformando la imagen de la profesión. El público reconoce que cuando se hacen estudios universitarios de 4 ó 5 años, el resultado es algo especial.

Pero, parte del problema del reconocimiento de la profesión se da porque la mayoría de los traductores trabaja en forma individual, no tienen contacto con otros profesionales, ni con la sociedad. Algunos hasta le temen. No saben explicar bien lo que hacen.

Tenemos condiciones más favorables en Alemania que en el resto de Europa, porque en la Unión Europea los idiomas juegan un gran papel y la gente está más consciente del problema.

Este Congreso tiene un gran impacto: se hizo en un lugar destacado: la capital del país, en un hotel prestigioso, se logró traer a Saramago... ¡Todo eso sirve!

Pero es un proceso muy largo, hay que educar al cliente y a la sociedad.

Sé de organizaciones compuestas por representantes de la industria y de los traductores, en Suiza creo, y en otras partes también.

Pero la primera medida es la calidad del trabajo, con capacitación. Las asociaciones pueden hacer mucho, y los traductores tienen que suministrar trabajo de calidad, satisfacer los deseos de los clientes, y reconocer que quieren "bueno, bonito y barato", por ejemplo, medios técnicos para aumentar la rapidez y la productividad, y dejarlos participar.