

TRADUCIR TEXTO Y PARATRADUCIR IMAGEN ENTRE LA CULTURA DEL LIBRO Y LA CULTURA DE LAS PANTALLAS

José Yuste Frías¹

¹Universidade de Vigo

Resumen: Gracias a la noción de paratraducción, quienes trabajan como profesionales de la traducción son hoy más conscientes que nunca de que la paratextualidad generada por la omnipresencia de lo visual en los procesos de traducción implica una cultura de las pantallas que sea capaz de ofrecer una mirada más atenta a los paratextos, una mirada nueva y diferente a la que, tradicionalmente, se les ha dado a los textos desde la cultura del libro. Enseñar a traducir en el siglo XXI implica ser mucho más consciente de que la (r)evolución digital ha transformado tanto el saber hacer como los procesos de aprendizaje de quienes en el futuro se dedicarán a leer e interpretar para traducir no sólo elementos verbales (textos), sino también, y, sobre todo, imágenes (paratextos icónicos). Esta publicación empieza por llamar la atención sobre el papel esencial que tiene la imagen en traducción desde la perspectiva teórica de la noción de paratraducción creada en 2005 en la Universidade de Vigo. Con vistas a mejorar el uso de la imagen como elemento esencial en los procesos de traducción para la comunicación internacional de la era digital, la publicación termina apuntando cómo, en realidad, la cultura del libro, por un lado, y la cultura de las pantallas, por otro, resultan ser dos culturas totalmente complementarias a la hora de formar profesionales tanto de la traducción del texto como de la paratraducción de la imagen.

Palabras clave: traducción, paratraducción, pantallas, imagen, transcreación



TRANSLATING THE TEXT AND PARATRANSLATING THE IMAGE BETWEEN BOOK CULTURE AND SCREEN CULTURE

Abstract: Thanks to the notion of paratranslation, professional translators are now more cognizant than ever of the paratextuality engendered by the ubiquitous presence of visual elements in translation processes. This implies a screen culture that provides a new, conscious perspective on paratextuality, different from the traditional emphasis on textuality within book culture. Teaching how to translate in the 21st century involves gaining consciousness about the transformation brought about by the digital (r)evolution, which has transformed both the know-how and learning procedures of those who, in the future, will devote their professional lives to reading and interpreting, to translating not only verbal elements (texts) but, above all, images (paratexts). This paper begins by drawing attention to the key role of the image in translation, based on the theoretical approach to the notion of paratranslation created at the University of Vigo in 2005. It aims to enhance the pedagogy of the image as a crucial element in translation procedures for international communication in the digital era. Lastly, this paper highlights how book culture on one side and screen culture on the other are, in fact, two complementary cultures when it comes to training professionals in both text translation and image paratranslation.

Keywords: translation, paratranslation, screens, image, transcreation

1. Introducción

La (r)evolución digital¹ se fundamenta en el uso de pantallas. Sin pantallas no sólo no hay digitalización posible, sino que, hoy en día,

¹ Con la letra «r» escrita entre paréntesis queremos hacer referencia tanto a la «revolución» como a la «evolución». Signo de paréntesis en la «r» que, por defecto en Word, transforman la letra «r» en el símbolo de marca registrada –®– si quien escribe en pantalla no revisa ni corrige lo que redacta. Cada vez que usamos nuestra particular expresión de «(r)evolución digital» nos estamos refiriendo a las transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales que ha provocado la adopción masiva de las tecnologías digitales para recopilar, tratar, transferir y compartir información a través de pantallas interpuestas.

todo un gran abanico de profesiones sería imposible, entre ellas, la profesión de traductor-intérprete. Si las pantallas han transformado completamente nuestro acceso al saber y, por consiguiente, nuestra manera de transmitirlo, también son el origen del profundo cambio producido en nuestras propias relaciones interpersonales.

Grands et petits, ces écrans diffusent des nouvelles, reflètent des cultures, manifestent des comportements, orientent nos idées et sensations, nous ouvrent à d'autres langues, à d'autres valeurs... (Gambier, 2004, p. 1).

Quienes, formados como filólogos en la era analógica, hemos ido familiarizándonos con la omnipresencia de la pantalla, comprobamos, como docentes y profesionales de la traducción en la era digital, que la pantalla no sólo ha cambiado cómo organizar los procesos de aprendizaje en nuestras clases, sino también todas y cada una de las estrategias de realización de un encargo de traducción en nuestra profesión empezando, sobre todo, por las llevadas a cabo cuando trabajamos con la imagen en traducción.

Con vistas a mejorar la traducción de la imagen como elemento esencial en los procesos de traducción para la comunicación internacional en la era digital y dado que vivimos unos tiempos en los que toda actividad humana se realiza ante, bajo, con, desde, en, entre, hacia, hasta, para, por, según, sobre, tras las pantallas donde la imagen es reina, esta publicación pretende llamar la atención sobre el papel y la función esenciales que tiene la imagen en traducción desde la perspectiva teórica de la noción de paratraducción creada en 2005 en la Universidade de Vigo (Yuste Frías, 2022a). Desde sus inicios, el Grupo de investigación Traducción & Paratraducción (T&P) de la Universidade de Vigo ha ido ofreciendo bastantes e importantes reflexiones dedicadas a analizar el fuerte impacto que tiene la presencia paratextual, tanto en pantalla como fuera de ella, del peritexto o epitexto icónico instaurada por la imagen en los encargos profesionales de traducción (Yuste Frías, 2021a).

Con el fin de seguir formando profesionales de la traducción en la susodicha (r)evolución digital, nos gustaría seguir ofreciendo en esta publicación una renovada y actualizada visión holística de la presencia de la imagen en traducción teniendo en cuenta, por una parte, la cultura del libro, y, por otra, la cultura de las pantallas.

Gracias a la noción de paratraducción, el traductor profesional de la era digital es mucho más consciente del enorme peso de la paratextualidad en los actuales encargos de traducción para la pantalla. Así, por ejemplo, los paratextos icónicos y verbo- icónicos (ya presentes, por otra parte, mucho antes de la era digital en la traducción de textos ilustrados) aparecen ahora en pantalla junto a paratextos sonoros y musicales en los encargos de traducción audiovisual y multimedia para construir distintas estrategias textuales y paratextuales que construirán el sentido de la obra. En la era digital donde series, películas y videojuegos en Internet han reemplazado al libro, las producciones paratextuales en pantalla están omnipresentes y son tan prolijas que, multiplicadas y amplificadas por las redes sociales, parecen hasta haber eliminado las fronteras entre texto y paratexto tan aparentemente bien delimitadas en el sector editorial tradicional del libro (Yuste Frías, 2022a, p. 38).

Dado que resulta innegable la suma importancia de la paratextualidad como condición *sine qua non* en el ejercicio profesional de la traducción, la noción de paratraducción permite ir más allá en la práctica de las perspectivas teóricas ya apuntadas por las distintas corrientes del *cultural turn*² en las cuales el sentido en traducción es entendido como algo esencialmente cultural que debe ser interpretado en función de las múltiples conexiones existentes

² Entre otras, los *Descriptive Translation Studies* (Toury, 2012), la teoría del *Skopos* (Reiss & Vermeer, 2013) y la corriente propiamente cultural (Venuti, 2017).

entre texto, contexto y toda una pléyade de agentes que llamamos, muy precisamente, agentes paratraductores. La paratraducción permite plantearse nuevas cuestiones esenciales en la formación de quienes, en el futuro, vayan a participar, de una forma u otra, en proyectos de traducción de textos con imagen en pantalla:

- ¿cuál resulta ser la concepción que se llega a tener de la propia traducción frente al fortísimo impacto que está teniendo todo lo visual frente a lo verbal cuando se traduce para la pantalla?
- ¿en qué medida la paratextualidad icónica no sólo guía la estrategia textual sino que influye enormemente en la recepción de los aspectos culturales en las traducciones editadas en pantalla?
- ¿la pareja texto_imagen en traducción es una pareja «subordinada» o, más bien, «coordinada» ya que, por fin y gracias a las pantallas, quien traduce y paratraduce es ahora más consciente que nunca de su naturaleza mestiza?
- ¿cómo traducir el texto cuando, gracias a recursos tipográficos varios, el texto se hace imagen en pantalla en la lengua y cultura de partida y nuevos aspectos paratextuales deben empezar a contemplarse para poder transmitir en la lengua y cultura de llegada la percepción original de la imagen del texto en pantalla?
- ¿si la imagen en traducción no es un texto en el sentido lingüístico, entonces, qué es exactamente?

Las respuestas a todas estas preguntas, y otras muchas más, dependen del grado de concienciación de lo que queremos llamar hoy, aquí, el auténtico *iconic turn* en la formación de profesionales de la traducción que ha supuesto el término de paratraducción de la Escuela de Vigo al considerar la imagen como lo que realmente es en traducción: todo un paratexto, muy concretamente, un peritexto o un epitexto icónico, que puede llegar incluso a reemplazar hasta el propio texto verbal para convertirse, ella sola, en texto en el

sentido semiótico del término. Desde la perspectiva teórica de la paratraducción enfocada a la paratextualidad icónica, el valor de una palabra no reside sólo en el significado de su significante sino más bien en todo aquello que le da sentido y que está a su alrededor, empezando por su aspecto visual, es decir, su tipografía (su propia imagen), y terminando por todas las imágenes que la introducen, presentan, envuelven, rodean, acompañan y prolongan.

2. Paratextualidad y transcreación

La noción de paratraducción pone de relieve la fuerte dimensión visual creada por el conjunto de los paratextos que hay que paratraducir en los umbrales de todo acto de traducción (Yuste Frías, 2022c), tanto en pantalla como en papel, otorgando la importancia real que, en los procesos de traducción de la era digital, merece siempre toda presencia de paratextualidad, en general, y la paratextualidad icónica, muy en particular. A lo largo de estos últimos dieciocho años, hemos demostrado en más de ciento veinte y tres publicaciones (Yuste Frías, 2021a) que la paratraducción revaloriza la dimensión visual en traducción al insistir, una y otra vez, en que llevar a cabo un determinado tipo de maquetación, elegir una tipografía u otra, diseñar la mejor cubierta posible para editar un texto traducido en un libro o, simplemente, acompañarlo de unas muy determinadas imágenes o de otros elementos peritextuales y epitextuales (no verbales o verbales) no es ningún acto anodino ni gratuito, sino todo lo contrario, ya que de todas esas decisiones paratraductivas depende el éxito o el fracaso de la difusión de la traducción en papel o en pantalla.

En la era digital, la paratraducción plantea de manera mucho más consciente al primer agente paratraductor, el traductor, la necesidad imperiosa de no sólo oír y escuchar en pantalla los paratextos sonoros y musicales, sino también ver y mirar los paratextos icónicos o verbo-icónicos, que acompañan, rodean, envuelven, introducen, presentan y prolongan al texto/documento

de partida para que puedan ser paratraducidos, en la edición final del texto/documento de llegada, el mayor número posible de todos los tipos de relaciones transtextuales presentes en la edición del texto/documento de partida (Yuste Frías, 2022b).

Y es que la paratextualidad finalmente editada transforma el texto al otorgarle, por una parte, una muy determinada imagen gráfica y tipográfica en papel y, por otra, todo un muy determinado entorno visual en pantalla.

- Dentro de la ancestral cultura del libro, la paratraducción permite considerar la calidad de la materialidad de la edición final del texto traducido bajo formato de libro: el propio formato del libro, la cubierta y contracubierta del libro, las solapas del libro, la portada y contraportada del libro, el gramado del tipo de papel usado, su maquetación, su correcta tipografía (ortotipografía), sus ilustraciones, sus notas a pie, sus índices, sus marcas editoriales varias (autor, traductor, título, subtítulo, editor) y sus marcas legales (ISBN, precio, copyright) en la página de derechos.
- Dentro de la nueva cultura de las pantallas, la paratraducción permite tomar conciencia de que ningún detalle paratextual presente en pantalla (peritexto) o fuera de ella (epitexto) puede escapar a la mirada, al oído y a las manos del traductor-paratraductor: paratextos icónicos, verbo-icónicos, sonoros, musicales, verbales y hasta táctiles (como son las vibraciones del mando de un videojuego, por ejemplo). De ahí que, desde el Grupo T&P, siempre hayamos considerado que el término de traducción no sea lo suficientemente amplio como para incluir lo que realmente significa e implica toda la creatividad que se necesita desplegar a la hora de paratraducir la paratextualidad durante los procesos transcreación de productos finalmente editados en pantalla.

La presencia de la imagen en pantallas es tan importante como la presencia que tiene en papel con la edición de las traducciones

de los libros infantiles, cómics y novelas gráficas. De hecho, con las pantallas, la presencia de la imagen resulta tan múltiple como variada en traducción. En efecto, la imagen está presente no sólo en las distintas manifestaciones de la traducción audiovisual y multimedia (doblaje, subtítulo, videojuegos, portales web, redes sociales, etc.), como cabría pensar en un principio, sino también y, sobre todo, en las distintas aplicaciones profesionales de la transcreación.

Sin querer iniciar aquí una reflexión crítica sobre el término de «transcreación» cuya primera aparición data de 1957 en la India gracias al poeta y traductor Purushottama Lal (Gaballo, 2012) y que fue desarrollado en Brasil en 1969 por Haroldo de Campos y sus compañeros del grupo Noigrandes (Lázaro 2012), recordemos que se ha llegado a asociar la transcreación no sólo a la traducción de poesía (Gómez Tapado, 1992) sino también a la traducción publicitaria (Benetello, 2018; Carreira & Botella, 2020; Pedersen, 2014, Ray & Kelly, 2010) y hasta a la localización de videojuegos (Bernal-Merino, 2006; Mangiron & O'Hagan, 2006; Méndez González, 2020). Aparentemente la definición del término «transcreación» no termina de ajustarse del todo a los cambios y necesidades del mercado profesional de la traducción en los procesos de comunicación internacional de la era digital. Prueba de ello es el desfile de diferentes términos usados «por parte de demandantes y de oferentes de un grupo de actividades que parecen compartir un gran número de elementos en común» (Carreira, 2018, p. 7). Y esos términos van desde la «traducción de marketing», la «adaptación creativa» hasta la «redacción multilingüe» o el llamado «*copywriting* multilingüe» (Ray & Kelly, 2010). Ahora bien, lo que nos gustaría destacar aquí es que, tal y como tan acertadamente afirma Itziar Zorrazkin-Goikoetxea, la transcreación tiene siempre muy en cuenta los aspectos paratextuales ya que «implica, de ser necesaria, la adaptación gráfica, técnica y musical del producto» (Zorrazkin-Goikoetxea, 2022, p. 214), es decir, practicar la paratraducción cuando se hace transcreación resulta esencial porque la paratraducción supone tomar muy en consideración, y mucho

más a menudo de lo que se piensa, cualquier elemento paratextual que presenta, introduce, rodea, acompaña, envuelve o prolonga el texto que hay que traducir. La creatividad por parte de la persona que traduce el texto y paratraduce los paratextos, en otras palabras, traducir y paratraducir de forma creativa es un requisito *sine qua non* para llevar a cabo procesos de transcreación en el mercado profesional de la era digital donde impera la comunicación internacional basada en modelos esencialmente publicitarios y de puro marketing.

The term «transcreation» is now more commonly applied to marketing and advertising content that must resonate in local markets in order to deliver the same impact as the original. The term may be applied when either a direct translation is adapted, or when content is completely rewritten in the local language to reflect the original message. Most often, transcreation includes a hybrid of new content, adapted content an imagery, and straightforward translation (Ray & Kelly, 2010, p. 2).

Con la (r)evolución digital, la transcreación llevada a cabo la comunicación internacional y multilingüe con fines publicitarios es totalmente imposible sin con fines publicitarios es totalmente imposible sin la fuerza teórico-práctica que tiene el término de paratraducción cuando se practica para dar cuenta de que la imagen resulta ser esencial en cualquier estrategia comunicativa persuasiva en pantalla que será difundida usando los medios digitales de dos formas diferentes, pero siempre convergentes (Jenkins, 2006). La primera forma consiste en la reproducción de un mismo contenido principal y único con un ritmo lineal mantenido en diferentes soportes digitales –*crossmedia*– que permitan optimizar el efecto de una determinada campaña de marketing ya que cada una de las piezas que reproducen el mismo contenido puede consumirse de manera individual y sin necesidad de ver las otras. La segunda forma consiste en la fragmentación de un universo imaginario en

historias diferentes con un ritmo en espiral para evitar la redundancia en diferentes soportes digitales –*transmedia*– que permitan, una vez visitados todos y puestos en relación, una total inmersión del espectador en el susodicho universo imaginario.

3. La imagen en traducción no es un texto... ¿o sí?

En los Estudios de Traducción todavía se sigue considerando la imagen como un signo más, cuando, en realidad, no lo es. Puede que, desde una didáctica de la traducción basada exclusivamente en una fundamentación teórica esencialmente lingüística donde sólo se considera materia prima de los procesos de traducción a los elementos lingüísticos, resulte muy cómodo reducir la imagen a un signo en la formación de profesionales de la traducción, pero sería exponer al alumnado a una tragedia cultural que le va a impedir comprender, «leer»³ e interpretar correctamente los paratextos icónicos con el fin de plantearse o no traducir la imagen en el siglo XXI. La imagen es mucho más que, simple y llanamente, una mera representación visual que pueda ser aprehensible como lo es el signo lingüístico en el que todo significativo tiene su correspondiente significado. De hecho, la imagen en traducción es mucho más que un signo, es todo un símbolo. Ahora bien, quienes traducimos debemos tener muy claro que, frente al signo, un símbolo nunca significa algo único y predeterminado, sino que concentra y hace converger múltiples relaciones de significado. Es a la vez algo que acumula y concentra significados, una especie de catalizador analógico de la intuición que nunca define, sino que sugiere múltiples, polivalentes y hasta contradictorios sentidos. Y es que el símbolo, en oposición al signo lingüístico, posee el

³ Ponemos entre comillas el verbo «leer» porque si sí podemos decir que un texto se lee, consideramos que no se lee una imagen de la misma manera en que se lee un texto. Una imagen se percibe, se ve, se mira y hasta se contempla para poder interpretarla, pero no se procede a realizar una «lectura» como la que se practica con el texto.

carácter de no ser nunca totalmente arbitrario, dado que los dos elementos que une no es el resultado de una convención social, sino más bien el de una semejanza natural entre ambos⁴. Porque el «símbolo» es siempre motivado, no debe confundirse jamás con el «signo». En ello muy precisamente insiste Gilbert Durand cuando reflexiona sobre la imagen:

L'analogon que constitue l'**image** n'est jamais un signe arbitrairement choisi, mais toujours intrinsèquement motivé, c'est-à-dire **est toujours symbole**. (...) dans le symbole constitutif de l'image il y a homogénéité du signifiant et du signifié au sein d'un dynamisme organisateur et (...) par là, l'image diffère totalement de l'arbitraire du signe (Durand, 1992, p. 25. La negrita es nuestra).

Es hora de que en la formación de profesionales de la traducción se deje de creer que se puede «leer» una imagen como se lee un texto. La imagen no habla, no tiene gramática, sintaxis o morfología. La imagen muestra, reproduce, informa e imagina y lo esencial de

⁴ Ferdinand de Saussure expresó lo problemático de hacer sinónimos términos como «símbolo» y «signo». «Lo característico del símbolo es no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío, hay un rudimento de lazo natural entre el significante y el significado» (Saussure, 1980, p. 105). Esta afirmación de Saussure implica que un símbolo como el de la justicia, la balanza, **no** pueda ser reemplazado por cualquier otra cosa, como, por ejemplo, un carro. Ponemos en negrita la negación para insistir en ella ya que en la traducción al castellano del *Cours*, realizada por Mauro Armiño para la editorial Akal Universitaria, se omitió esta importantísima partícula negativa al redactar textualmente lo siguiente: «El símbolo de la justicia, la balanza, podría ser reemplazado por cualquier otro, por un carro, por ejemplo.» (Saussure, 1980, p. 105). He aquí el texto original en francés de la frase en cuestión: «*Le symbole de la justice, la balance, ne pourrait pas être remplacé par n'importe quoi, un char, par exemple.*», (Saussure, 1964, p. 101). Menos mal que tres años más tarde Amado Alonso, en 1983 y en Alianza Universidad Textos, publicó su traducción en la que no olvidó la negación: «El símbolo de la justicia, la balanza, **no** podría reemplazarse por otro objeto cualquiera, un carro, por ejemplo», (Saussure, 1983, p. 140. La negrita es nuestra).

lo que se quiere expresar con ella escapa a todo lo que se pueda decir con el verbo. La imagen no entiende de lingüística, hay que emanciparla del verbo de una vez por todas y dejar de tratarla como lo que no es.

La imagen no es un texto. Si bien todo texto, gracias a la creatividad tipográfica, puede convertirse en imagen, la imagen nunca es un texto en el sentido lingüístico. La imagen puede ser texto si usamos el término «texto» desde un punto de vista no lingüístico. En efecto, si consideramos que, desde un punto de vista esencialmente semiótico, texto es todo aquello que teje unas estructuras simbólicas para construir sentido, la imagen y cualquier otro elemento semiótico como, por ejemplo, el espacio urbano, también es texto. No olvidemos nunca que la palabra *textum* significa en latín «tejido, tela... contextura» porque el significado del participio pasado del verbo *texo* no es otro que «lo que ha sido tejido, entrelazado, trenzado... compuesto, escrito». Por consiguiente, la «lectura» de la imagen consiste en tratarla no desde una lógica lingüística sino de desde una lógica semiótica, es decir, aplicando estrategias de atención y contemplación de la imagen que hace que no sólo la veamos, sino que también la miremos pudiendo discernir recorridos de interpretación que serán siempre de orden simbólico y que permitirán encontrar el sentido de cada imagen desde la mirada del traductor que ha aprendido a cultivar los distintos modos de ver de cada lengua y cada cultura con las que trabaja. Porque «toda imagen encarna un modo de ver» (Berger et al., 2001, p. 16), la percepción o apreciación de una imagen por parte de quien traduce depende también de su propio modo de ver tras haber sido formado en saber aprehender el sentido de toda comunicación simbólica en cada una de las lenguas y culturas de las que y a las que traduce.

Les images, en effet, invitent à un mode de lecture différent, d'ordre symbolique, et qui tisse des rapports subtils avec le texte. En outre, la couleur, parce qu'elle est saisie par la vision périphérique, contribue à donner au texte

une dimension plus vivante et plus chaude [...] cette puissance du visuel se manifeste à la fois par l'émergence tu texte-image, et, dans les jeux, par l'éviction pure et simple du langage, que rend possible le rapport interactif entre le programme et l'utilisateur. Le lecteur de demain continuera certes à rechercher des textes pour nourrir ses besoins d'imaginaire, de réflexion analytique et de croissance personnelle. Mais le langage ne jouera plus qu'un rôle de partenaire dans la production du sens et il a d'ores et déjà perdu l'aura dont jouissaient le Logos – que les Grecs assimilaient à la raison – ou le Verbe dont les textes fondateurs de notre civilisation faisaient un synonyme de Dieu (Vandendorpe, 1999, p. 204 y 251. La negrita es nuestra).

Dado que se trata de un símbolo, pensar la imagen como «signo» en la era digital resulta peligroso e insuficiente. Peligroso porque se perpetúan viejos esquemas mentales de la lógica binaria de la era analógica en la que lo verbal (el texto) era más importante que todo lo no verbal (la imagen). Insuficiente porque no da cuenta de las especificidades propias de la imagen en pantalla y, por consiguiente, cuando se aprende a paratraducir el símbolo de la imagen no son desarrolladas estrategias diferentes a las usadas cuando se aprende a traducir sólo el signo lingüístico del texto. Es cierto que, como muy bien apunta Serge Tisseron, concebir la imagen como un signo más ha permitido a Occidente apropiarse del mundo desde la invención de la pintura con caballete en el Renacimiento, se ha ido imponiendo un modelo pictórico de relación con la imagen en el que el espectador se encuentra siempre *delante* de la imagen priorizando siempre el verbo antes que la imagen para, desde una especie de lingüística muda instalada desde hace siglos, cual naftalina en un armario, no cesar de confeccionar diccionarios de iconología e iconografía. Este tipo de concepción de la imagen impide comprender totalmente las sensaciones nuevas que las nuevas formas de imagen en pantalla de la era digital ofrecen al traductor al crear una relación con la imagen que consiste en el placer de estar no tanto *delante* de la imagen sino más bien *dentro* de la imagen. Recordemos que sólo las imágenes

en las que hemos podido entrar pueden constituirse como pantalla para el pensamiento y, por consiguiente, ayudarnos en nuestra construcción simbólica del mundo (Tisseron, 2003).

Al ser una simbolización icónica, cuando la imagen en pantalla va acompañando al texto, es evidente que pone en pie toda una red de significaciones tejidas con diferentes tipos de elementos simbólicos para construir unas muy determinadas estructuras simbólicas dotadas de sentido. Ahora bien, en esos casos, la imagen funciona siempre como un símbolo y, por consiguiente, nunca es un signo ni mucho menos un texto en el sentido lingüístico del término, sino, muy concretamente, todo un peritexto icónico, es decir, un tipo muy determinado de producción paratextual. Al desmarginalizar los márgenes de la paratextualidad, la paratraducción ayuda a considerar también la imagen como materia prima del traductor, tanto o más que el verbo. El traductor, agente paratraductor por antonomasia, valora la imagen como un elemento paratextual esencial en la construcción de estructuras simbólicas como principio fundador de la estrategia textual del imaginario que debe leer, comprender e interpretar correctamente antes de traducir texto y paratraducir imagen.

Antes de que los paratextos fueran objeto de estudio en traducción desde la perspectiva teórica, didáctica y profesional de la paratraducción, las reflexiones que sobre la noción de paratexto fueron realizadas durante el siglo pasado se centraron, casi exclusivamente, en los paratextos verbales (prefacios y notas del traductor, títulos de las traducciones, nombre del traductor, memorias del traductor, conversaciones entre traductor y autor) construidos alrededor del propio texto de la obra literaria traducida olvidando, por completo, la dimensión icónica de la edición final del texto en papel. En la era digital de la traducción, el paratexto icónico juega un papel esencial y protagonista porque ya no es sólo parte integrante del texto en pantalla, sino que construye el escenario, el ambiente, la atmósfera en el que el texto traducido será leído.

Que la imagen nunca puede quedarse al margen de los procesos de traducción es algo que en el Grupo de investigación Traducción & Paratraducción (T&P) de la Universidade de Vigo llevamos

repetiendo hasta la saciedad (Yuste Frías, 2021a). Hay que traducir la imagen porque la imagen no es un universal de la traducción, sobre todo cuando no va acompañando ningún elemento verbal y se convierte ella misma en texto en el sentido semiótico del término con enormes capacidades de sentido que sólo una lectura e interpretación semióticas de la imagen permite paratraducir. Traducir la imagen es hacer paratraducción porque paratraducir la imagen implica cultivar la mirada del traductor en los umbrales de la traducción, es decir, empezar a mirar la imagen que hasta entonces sólo se veía de refilón, para que, de repente, aparezcan, cual epifanías, revelaciones de sentido en los lugares marginales más insospechados del papel o de la pantalla. Ahora bien, para cultivar la mirada del traductor resulta imprescindible no dejar de cultivar la suficiente competencia cultural de la lengua de la que y a la que se traduce que permita aprehender los imaginarios implícitos en el uso simbólico de cada imagen. Y para eso, nada mejor que el conocimiento adquirido por la cultura que otorga la lectura intensiva de todos los libros que se ha leído el traductor en las lenguas con las que trabaja.

Aplicar correctamente hoy la paratraducción en la investigación sobre la imagen en traducción, como elemento paratextual o texto semiótico en los encargos profesionales de traducción de la era digital, implica plantearse serias preguntas como estas:

- ¿En una obra editada en papel o en pantalla con profusión de imágenes (fijas y/o en movimiento) o de sonidos (música y canciones) qué es texto y qué es paratexto?; ¿resultaría legítimo postular un límite entre un texto central, por una parte, y una periferia paratextual icónica, por otro?
- ¿Cuando el traductor se enfrenta a encargos de traducción en el que todas las páginas o toda las pantallas aparecen dominadas por la presencia mayoritaria de la imagen (traducción publicitaria, traducción de cómics, traducción de libros infantiles, traducción audiovisual y multimedia, traducción de videojuegos... localización y/o transcreación) frente a la exigua presencia de lo verbal, reducida a una, dos

o, como mucho, tres líneas de texto, dónde está el centro – texto– y dónde la periferia –paratexto– ?

- ¿La tipografía de un texto, es decir, la imagen de las letras (Yuste Frías, 2014) acaso no constituye un elemento paratextual que debería tenerse muy en cuenta en traducción ya que de una tipografía correcta depende siempre la legibilidad, la comprensión y hasta la propia interpretación del sentido del propio texto editado ya sea en papel o en pantalla?

Todas las respuestas a estas preguntas dependen del grado de comprensión de la importancia crucial de la paratraducción ya que su aplicación práctica supone, para el traductor, empezar a estar mucho más atento a los dispositivos y producciones icónicas, verbo-icónicas, entidades iconotextuales que terminarán presentando, introduciendo, rodeando, acompañando y prolongando su traducción. Porque en el Grupo T&P hemos comprobado, una y otra vez, que el conjunto de los diferentes tipos de paratextos icónicos finalmente editados conformarán la imagen de la traducción, no cesamos de propugnar que el traductor tenga voz (y voto) a la hora de decidir qué tipo de paratextualidad icónica hará vivir el texto que le han encargado traducir: un texto de partida que – no lo olvidemos nunca– el traductor ha podido leer, comprender e interpretar siempre gracias a los propios paratextos icónicos editados en el documento de partida.

4. Paratraducir la imagen en pantalla

Por todo lo dicho hasta ahora en esta publicación está más que claro que cuando se traduce textos con imagen en pantalla se impone una perspectiva semiótica y multimodal a la hora de considerar la interacción intersemiótica de la pareja mestiza texto_imagen para traducir bien el texto y paratraducir mejor la imagen. Máxime en encargos de traducción audiovisual donde interactúan para dar sentido en pantalla todo un conjunto de elementos semióticos

presentes en dos principales canales: por un lado, el canal acústico formado por los códigos semióticos de lo que se oye y se escucha (lo lingüístico, lo paralingüístico, lo musical, los efectos especiales, los ruidos y sonidos) y, por otro, el canal visual formado por los códigos semióticos de lo que se ve y se mira (la imagen, los gráficos, las fotografías, la movilidad, el encuadre, el montaje).

Para que «la iconicidad» o, mejor dicho, para que cualquier paratextualidad icónica, deje de ser «un gran problema» en traducción audiovisual, como afirma Frederic Chaume, consideramos que la imagen, como otros códigos semióticos paratextuales no lingüísticos del canal acústico y del canal visual presentes en pantalla, necesita ser considerada desde la noción de paratraducción no como un signo más sino como un símbolo propio no sólo de cada cultura sino también, y sobre todo, de cada imaginario presente en pantalla que el traductor audiovisual debe paratraducir (Cómite Narváez, 2022).

Iconicity is also a big issue in audiovisual translation. An audiovisual text is a semiotic construct woven by a series of signifying codes that operate simultaneously to produce meaning. A film, a cartoon, or a documentary is made up of a series of codified signs, articulated in accordance with conventional editing rules. The way the audiovisual text is organized and the meaning of all its elements results in a semantic structure that the spectator deconstructs in order to understand the meanings of the text. The interest for the translator, and especially for the researcher, lies in disentangling the meaning and functioning of each of these codes and the possible impact of all signs, linguistic and non-linguistic, on translation operations. [...] In transcreation there is interlinguistic translation, but there is also intersemiotic translations, a kind of semiotic adaptation (Chaume, 2016, p. 75).

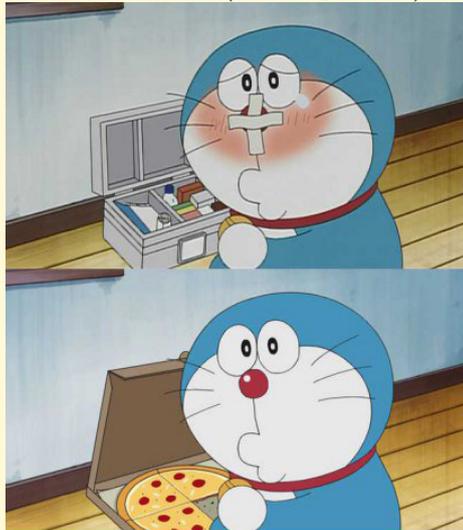
Al ser un producto del imaginario simbólico de cada cultura, la imagen, necesitará a veces ser comentada, explicitada, retocada,

en definitiva, ser manipulada para poder adaptarla semiótica y adecuadamente a la lengua y cultura de llegada en los procesos de transcreación cada día más necesarios en muchos tipos de traducción de la era digital. No tener en cuenta el enfoque paratraductivo cuando se traduce para la pantalla, puede empeorar mucho la calidad del servicio de traducción. Y es que el *technology turn* (Díaz Cintas, 2013) hace posible que los profesionales de la traducción puedan convertirse, ante todo, en profesionales de la paratraducción ya que la digitalización ha permitido que, tanto en la fase de producción como en la de posproducción de contenidos editados en pantalla, se pueda manipular cualquier elemento paratextual. La imagen se puede retocar, cambiar y hasta eliminar. El propio Frederic Chaume, retomando la noticia publicada en red por Egan Loo en el portal *Anime News Network* (Loo, 2014), cita, entre otros, cuatro magníficos ejemplos de manipulación de la imagen llevados a cabo durante los procesos de transcreación de la serie animada japonesa *Doraemon*⁵ (Kusuba, 2005–) en la edición en pantalla distribuida por Disney XD Channel para el público estadounidense. Esos cuatro ejemplos reproducidos en blanco y negro en la publicación de Chaume son los siguientes: la manipulación de la imagen de los yenes transformados en billetes de dólar; la manipulación de la imagen de los palillos transformados en tenedores; la manipulación de la imagen del boletín de notas añadiendo anotaciones a mayores; y, finalmente, la manipulación de la imagen de la cascada de lágrimas de Nobita totalmente borrada en Estados Unidos (Chaume, 2016, p. 74-75).

⁵ *Doraemon. El gato cósmico* es un manga japonés creado por Fujiko Fujio, seudónimo de Hiroshi Fujimoto, en diciembre de 1969 que narra las aventuras de un gato-robot azul y blanco enviado al pasado desde el futuro por el descendiente de Nobi Nobita, el protagonista de la serie, con el fin de ayudarlo con sus poderes a saldar las deudas que se han acumulado en un futuro en el que todos sus descendientes deben seguir pagándolas. El manga fue adaptado a una serie de anime producida por Nippon TV Dōga y cuyos 26 episodios fueron estrenados por Nippon TV entre abril y septiembre de 1973. Otras muchas adaptaciones televisivas posteriores y de mayor longevidad han sido producidas por Shin-Ei Animation, estrenadas por TV Asahi y dirigidas por famosos directores de anime, entre ellos, el ínclito Kōzō Kusuba desde 2005 hasta 2015.

Nosotros añadiremos aquí un quinto ejemplo de manipulación de la imagen llevado a cabo en la versión estadounidense del episodio de la serie *Doraemon* titulado en español *El set para transformarse en Drácula* y en Estados-Unidos *Noby's turn a Bat*. Nos estamos refiriendo, muy concretamente, al hecho de cambiar un botiquín de primeros auxilios por una pizza (Loo, 2014) y borrar completamente no uno sino hasta cuatro detalles icónicos esenciales presentes en la misma imagen, concretamente en la cara del propio Doraemon: el color rosáceo de las mejillas sonrojadas; el esparadrapo blanco en forma de cruz dibujado en su nariz roja; la lágrima que le sale de su ojo izquierdo; y, finalmente, los párpados de sus ojos. Cuatro detalles desaparecidos en la versión estadounidense de la imagen para-traducir una situación totalmente diferente del personaje principal de la serie *Doraemon* (Fig. 1). ¿Cómo puede cambiarse tanto el sentido de la imagen original?

Fig. 1: Fotogramas de la versión original y versiones europeas (imagen superior) y la versión estadounidense (imagen inferior) de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)



Esta paratraducción estadounidense (imagen inferior de la Fig. 1) de la imagen original (imagen superior de la Fig. 1) del fotograma de la serie japonesa franquea más allá los límites de la interpretación (Eco, 1992) ya que, con auténtico descaro, no reproduce en absoluto la simbolización de lo ocurrido unos segundos antes en este episodio que explica perfectamente la representación de Doraemon dibujado con esos cuatro detalles icónicos en la cara que acabamos de describir. En efecto, Doraemon acaba de usar un botiquín de primeros auxilios para curarse el golpe recibido en la cara que, consecuentemente, tenía tumefacta tras haberle cerrado Nobita la puerta de su habitación en sus narices porque no quería devolverle el invento del set para transformarse en Drácula. En los fotogramas de todo lo ocurrido antes, que reproducimos a continuación (Fig. 2), se puede apreciar que, tanto en la versión original japonesa y versiones europeas como en la versión estadounidense no habido ninguna «violencia» gratuita por parte de Nobita hacia Doraemon que pudiese herir la sensibilidad del público de Estados Unidos. Nobita tan sólo ha cerrado la puerta rápidamente para no ser atrapado por Doraemon y no tener que devolver el invento del set para transformarse en Drácula.

Fig. 2: Montaje fijo de fotogramas tanto de la versión original y versiones europeas como de la versión estadounidense de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)





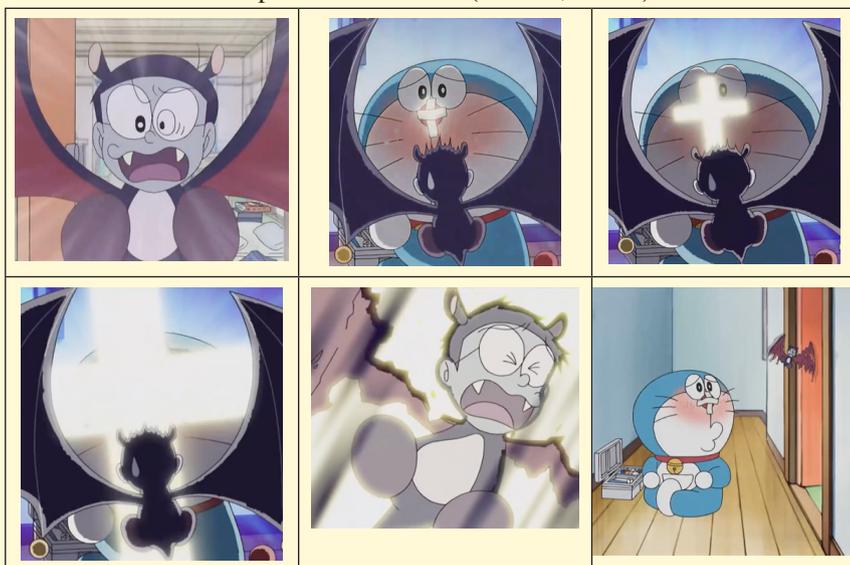
Durante toda la escena se puede apreciar que Doraemon persigue a Nobita «armado» con unos utensilios de cocina que ha cogido previamente en la cocina para poder hacer con sus mangos el símbolo de la cruz (Fig. 3) y vencer así al Drácula en el que se ha transformado Nobita tras apropiarse del invento de Doraemon. Recordamos al lector que el invento de Doraemon consiste en un set de capa y colmillos de Drácula para convertirse en un Drácula muy particular. En efecto, se trata de un Drácula que no succiona sangre sino la memoria a corto plazo de la persona a la que se muerde. Nobita, como siempre, ha abusado del invento y por eso Doraemon decide pararlo usando el símbolo de la cruz.

Fig. 3: Fotograma tanto de la versión original y versiones europeas como de la versión estadounidense de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)



Tras golpearse él solo contra la puerta, Doraemon deja caer los utensilios de cocina y, olvidando por un momento lo que estaba haciendo, en la versión original japonesa y en todas las distribuidas por Europa, decide curarse en el pasillo con el botiquín de primeros auxilios que acaba de sacar de su bolsillo mágico. Es justo el momento en el que la puerta es abierta por Nobita que pretende usar de nuevo el invento y sucede lo que se puede contemplar en el siguiente montaje fijo de la secuencia de fotogramas originales reproducidos en todas las versiones europeas (Fig.4):

Fig. 4: Montaje fijo de fotogramas de la versión original y versiones europeas de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)



La imagen del símbolo de la cruz formada accidentalmente (nunca mejor dicho) por las dos tiras de esparadrapo blanco en la nariz roja de Doraemon ha acabado con el juego que se traía Nobita de querer ser Drácula. Es tal la importancia diegética de las dos tiras de esparadrapo blanco formando el símbolo de la cruz que hasta se mantiene en pantalla todo el tiempo suficiente que la

acción requiere. En efecto, el propio Doraemon, al contemplar la escena que acaba de suceder en el umbral de la habitación de Nobita, se da cuenta de lo que acaba de hacer sin querer: sin haber tenido ningún plan B, ha conseguido lo que pretendía, acabar con la transformación en vampiro de Nobita. Tras tocarse la nariz y darse cuenta de que las dos tiras de esparadrapo blanco forman el símbolo de la cruz, Doraemon recoge del suelo al murciélago-drácula Nobita (Fig. 5) para usar una última vez el invento y hacer olvidar a Nobita de que tal invento ha existido.

Fig. 5: Montaje fijo de fotogramas de la versión original y versiones europeas de *Doraemon* (Kusuba, 2005-)



5. Paratraducir la imagen ¿con o sin la simbología de partida?

Los montajes fijos de las imágenes originales y europeas que hemos reproducido en Fig. 4 y en Fig. 5 son totalmente diferentes en la versión estadounidense porque, como ya hemos comentado, se ha manipulado sin tapujos varios elementos icónicos en la imagen original (Imagen superior de la Fig. 1) para llevar a cabo una muy particular paratraducción de la imagen. Se ha eliminado por completo cualquier referencia simbólica a la cruz formada por las dos tiras del esparadrapo blanco en la nariz roja de Doraemon (Fig. 1). por considerar que la cruz, como símbolo religioso que es, debe respetarse. Ahora bien, quienes manipularon tanto la imagen original japonesa como la finalmente editada en pantalla Estados-Unidos no parecen desconocer que lo que espanta vampiros y demonios es tanto la simbología cristiana de la cruz y del crucifijo⁶, por un lado, como el ajo, por el otro.

On ne s'étonnera pas que la croix, dont la valeur sacrée n'a pas d'équivalent, soit détestée des démons, des mauvais esprits, et de toutes les créatures surnaturelles. Tracer une croix, sur la porte d'une maison, d'une étable, etc., met à l'abri des maléfices. [...] Faire une croix sur le sol et cracher dessus arrête la malchance (États-Unis) (Mozzani, 1995, p. 559).

Le vampire [...] redoute l'eau bénite, les hosties, le crucifix et le symbole de la croix. Pour le faire périr définitivement, il faut lui plonger un pieu dans le cœur (ce qui ne suffit pas toujours) : il devient aussitôt un squelette. L'utilisation proverbiale de l'ail n'est en fait attestée qu'en Roumanie (Mozzani, 1995, p. 1760).

⁶ «Le crucifix, ou croix sur lequel est figure Jésus crucifié, terrorise démons et vampires» (Mozzani, 1995, p. 561-562).

Toda la manipulación de la imagen original japonesa (imagen superior de la Fig. 1) para no hacer aparecer el símbolo de la cruz reside en reemplazar el botiquín de primeros auxilios por una pizza... con sabor a ajo. He aquí el montaje fijo de fotogramas de la versión estadounidense (Fig. 6) que supone un cambio radical de toda la escena original (Fig. 4) de lo que sucede cuando Nobita abre la puerta y se encuentra con Doraemon: la cruz blanca formada por las dos tiras de esparadrapo ha desaparecido para dar paso a la representación simbólica del hedor del ajo pintando ondulaciones de color verde.

Fig. 6: Montaje fijo de fotogramas de la versión estadounidense de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)



Ahora bien, lo que aterroriza a un vampiro no es el olor a ajo sino ver una ristra de número impar de cabezas de ajo entrelazados en forma de trenza colgada en un muro, encima de una puerta o de una ventana. Es la vista del ajo así dispuesto y no su olor lo que actúa eficazmente contra los vampiros.

L'ail est également et surtout réputé repousser les maléfices, le mauvais œil dans les pays méditerranéens, et les mauvais esprits. [...] Les films fantastiques en ont fait aussi la terreur des vampires. Pour qu'il agisse contre les « les buveurs de sang », il doit se présenter sous la forme d'une tresse pendue au mur, à une porte ou une fenêtre, et composée d'un nombre impair de gousses. En Europe centrale, on accroche un bouquet d'ail à la tête du lit (Mozzani, 1995, p. 35).

Hay que destacar que, ante tal cambio radical, la manipulación de la imagen en el episodio difundido en Estados-Unidos se mantiene hasta el final reproduciendo en la siguiente secuencia (Fig. 7) el mismo gesto original de que Doraemon se toque la nariz, pero, esta vez, no para comprobar que ha vencido al vampiro-Drácula-Nobita gracias a haber formado, por casualidad, el símbolo de la cruz formado por las dos tiras de esparadrapo blanco, sino para, simplemente, afirmar que parece que huele mucho a ajo.

Fig. 7: Montaje fijo de fotogramas de la versión estadounidense de *Doraemon* (Kusuba, 2005–)



Cabe preguntarse si la imagen original japonesa (Fig. 1) de representar el símbolo de la cruz con dos tiras de esparadrapo es realmente tan violenta y ofensiva para la sensibilidad religiosa del público de Estados Unidos como para necesitar una manipulación tan extrema de la misma hasta el punto de renunciar a no transmitir el mensaje original –curarse un golpe (imagen superior de la Fig. 1)– sino otro totalmente contrario al imaginario original –comerse una pizza de ajo cuando acabas de sufrir un golpe (imagen inferior de la Fig. 1)– en la paratraducción de la imagen.

Tanto en el quinto ejemplo que hemos citado aquí (Fig. 1) como en los cuatro casos de manipulación de la imagen en *Doraemon* citados por Frederic Chaume (Chaume, 2016, p. 74-75), las imágenes han sido «naturalizadas» con el fin de conseguir el máximo grado de aceptabilidad del producto final en Estados Unidos al «domesticar» (Venuti, 2017) por completo todo lo que proviene de la cultura extranjera para adaptarlo a la cultura estadounidense. Estamos ante cinco casos de manipulación extrema de la imagen que no hacen otra cosa sino censurar completamente cuatro elementos simbólicos del imaginario de la cultura japonesa (los palillos para comer, los yenes, la cascada de lágrimas de un niño japonés, el boletín de notas japonés) y uno del imaginario fantástico de los vampiros muy desarrollado desde sus orígenes en Europa y parte de Arabia⁷ (la simbología cristiana de la cruz para vencer a los vampiros). Al no integrar en la cultura de llegada detalles paratextuales esenciales de una de las series japonesas de mayor éxito entre el público infantil y juvenil, la paratraducción de la imagen llevada a cabo por Disney no contribuye en absoluto a construir un capital cultural audiovisual enriquecido con aportaciones de obras maestras extranjeras. ¡Al contrario! Consideramos que renunciar a la posibilidad de transferir elementos simbólicos

⁷ La creencia en los vampiros es una « [...] croyance [...] particulièrement répandue en Russie, en Pologne (Upirs), en Europe centrale, en Grèce (Broucoloques), en Arabie (Ghoris) » (Chevalier & Gheerbrant, 1982, p. 993).

de la cultura de partida porque no se quiere «extranjerizar» el producto final en las pantallas de Estados- Unidos puede traer como grave consecuencia llegar a realizar una adaptación algo burda del imaginario de *Doraemon* a las estructuras simbólicas del imaginario estadounidense. Es como si Estados- Unidos siguiera siendo incapaz de abrirse, una vez más y en plena era digital, a otros imaginarios simbólicos diferentes al suyo. Algo que lleva haciendo desde hace décadas con simbologías gestuales de culturas alejadas de la simbología americana, como es, por ejemplo, el gesto simbólico del pulgar levantado⁸.

6. No paratraducir la imagen en pantalla

Acabamos de mostrar con cinco ejemplos muy claros cómo, gracias a la (r)evolución digital, asistimos a casos de paratraducción de imagen como los arriba comentados donde las variadas y diferentes manipulaciones del paratexto icónico se convierten en auténticos actos de censura en un país que creíamos democrático. Se supone que la censura es algo propio de países dictatoriales donde la ideología política y/o religiosa obliga a usar sólo imágenes que ensalcen los valores morales del régimen. Enarbolar razones puramente económicas de rentabilidad y aumento de ingresos para, supuestamente, favorecer el éxito comercial de la versión estadounidense de *Doraemon* no tiene por qué estar reñido con la calidad de la paratraducción de la imagen. Naturalizar domesticando para, supuestamente, gustar al mayor público posible no sólo no es creativo, sino que hasta puede llegar a ser no efectivo. Con la imagen de *Doraemon* comiendo una pizza en lugar de estar curándose un golpe, estamos ante lo que Yves Gambier define como una de las principales dificultades peligrosas en traducción audiovisual cuando

⁸ Invitamos al lector a consultar nuestras publicaciones 2011b, 2012ñ, 2013b, 2013c, 2013d, 2013e, 2013f, 2013g, 2013h, 2013i, 2013j que sobre la simbología del pulgar levantado así aparecen listadas en el repertorio de la *Bibliografía para una arqueología y evolución de la noción de paratraducción* (Yuste Frías, 2021a).

no interesa tanto lo que simboliza la imagen de partida que aparece en pantalla, sino, más bien, la supuesta sensibilidad de los receptores estadounidenses de la misma. Poner la sensibilidad del público como escopo principal en el proceso de traducción audiovisual hace que la versión estadounidense esté regida por una domesticación o naturalización extremas constantemente guiadas por «*strict guidelines on violence, depictions of discrimination, and depictions of sexual content*» (Loo, 2014). Debemos confesar que consideramos que no se salva el escollo ni se soluciona adecuadamente el problema de la imagen en traducción audiovisual cuando, en palabras del propio Yves Gambier, se cae en la trampa de creer

Que la traduction se confonde avec la seule domestication ou naturalisation des programmes, des films – les manipulant pour plaire aux attentes et aux préférences dominantes, préférant ce qui « passe », ce qui est assimilable (selon les modèles prégnants de l’altérité, les normes linguistiques en cours) à ce qui se passe ailleurs, jusqu’à renforcer le purisme linguistique, censurer les dialogues, changer une partie de l’intrigue (Gambier, 2004, p. 9).

Frente a estos casos de manipulación de la imagen por parte de Disney que permite la tecnología digital al poder acceder a cualquier producción de paratextualidad icónica hasta el punto de cambiar el sentido de la misma, asistimos a casos de traducción audiovisual en la era digital donde no se tiene en cuenta absoluto la imagen en pantalla porque se censura el acceso a la misma. En efecto, ocultada bajo la excusa de evitar filtraciones o piratería antes de los estrenos mundiales simultáneos de series o películas de estreno mundial en plataformas digitales, la nula consideración de la suma importancia de la imagen en todo proceso de traducción audiovisual provoca que se trabaje con guiones incompletos, materiales preliminares de baja resolución o con muchas marcas de agua. Todo lo cual no hace sino limitar, cuando no prohibir, el acceso a la imagen en pantalla. Siguen

existiendo casos en los que se traduce en y para pantalla sin tener muy en cuenta el espacio liminar de los umbrales –los paratextos– tanto del documento audiovisual de partida como del documento audiovisual de llegada, porque, a pesar de su omnipresencia en la edición original y en la edición traducida, respectivamente, se ha decidido, en aras de una supuesta mayor productividad, eliminarlos de las memorias de traducción hasta el punto de no plantearse casi nunca su posible lectura e interpretación por parte de quien traduce usando sistemas de traducción automática (TA) o por parte de quien, peor aún, posedita el texto proveniente de la TA en una producción audiovisual. El principal escollo de la traducción automática poseditada en producciones audiovisuales reside, muy precisamente, en que los segmentos con los que se trabaja en TA son eminentemente textuales y casi nunca paratextuales. No tener acceso total a los paratextos más importantes de una producción audiovisual –las imágenes que desfilan en pantalla–, es decir, no paratraducir la imagen original, repercute enormemente en la calidad de las traducciones del producto final (tanto en el subtítulo como en el doblaje) de series televisivas de éxito mundial, tal y como sucedió con las versiones subtítuladas y dobladas en español de la serie *El juego del calamar* de la plataforma Netflix (Yuste Frías, 2021b).

7. Cultura del libro vs. cultura de las pantallas en traducción

Expuestos de forma sucinta los ejemplos de traducción audiovisual anteriormente comentados, invitamos a quien esté leyendo esta publicación a consultar nuestros análisis de muchos más ejemplos sobre la paratraducción de la imagen en publicidad y en la traducción de libros infantiles que ya hemos publicado y que se encuentra totalmente disponibles en nuestra web (Yuste Frías, 2021a). Con todo lo que hemos publicado hasta la fecha, podemos afirmar que suelen aparecer siempre dos formas extremas de considerar la imagen en traducción:

- por un lado, desde la cultura del libro, la imagen no tiene importancia porque se obvia, cuando no se ningunea, hasta el punto de olvidarla por completo en los encargos profesionales no sólo de traducción de libros infantiles, cómics o novelas gráficas, sino también, y por desgracia, hasta en encargos de traducción audiovisual;
- por otro lado, desde la cultura de las pantallas, se tiene tan presente la imagen que, gracias a la tecnología digital, se manipula la imagen original hasta límites insospechados, llegando incluso a anular y cambiar completamente su sentido simbólico.

Ni una forma ni otra aplican la noción de paratraducción porque, cuando se coloca en un compartimento estanco la cultura del libro, por un lado, y la cultura de las pantallas, por otro, oponiéndolas siempre y haciéndolas incompatibles, no se está teniendo en cuenta lo que ocurre en los umbrales del acto nada inocente de traducir (Yuste Frías, 2022c). De la misma forma que todo acto de traducir supone siempre una experiencia del umbral en la que quien traduce practica la gimnasia del «entre»⁹, en la era digital quien traduce practica también la misma gimnasia del «entre» cuando se enfrenta a las experiencias liminares que supone traducir viviendo entre dos maneras diferentes de acceder al saber, dos maneras diferentes de aprendizaje, dos maneras diferentes de «leer». Seamos siempre conscientes de que vivimos «entre» dos culturas diferentes (la cultura del libro y la cultura de las pantallas) que suponen, en definitiva, dos maneras diferentes de realizar los encargos de traducción.

El paso del papel a la pantalla ha cambiado no sólo nuestra relación con la imagen sino también, y, sobre todo, los tipos de «lectura» que hacemos en pantalla. En la era digital, la lectura en

⁹ «De hecho, si tuviera que definir lo que debería significar siempre ejercer, como un auténtico profesional, la traducción y la interpretación en los tiempos de deshumanización digital que corren, afirmararía lo siguiente: **SER traductor_ intérprete es SABER ESTAR «entre» para PODER DECIR “¡entre!”**» (Yuste Frías, 2022a, p. 57).

pantalla ha sido presentada como una revolución equivalente a la que se produjo con la invención de la imprenta o la que tuvo lugar cuando se reemplazó el *volumen* por el *codex*: al hacer posible nuevas formas de acceso al saber, la pantalla ofrece nuevas posibilidades de aprehender el texto, tal y como hizo la superficie del *codex* frente al hilo del *volumen* con esos recursos llamados «tabulares» por Christian Vandendorpe en su ensayo sobre las mutaciones del texto y de la lectura cuando, en uno de sus capítulos, escribe sobre cómo el texto en pantalla de hoy es trabajado como material visual en un proceso histórico de transformación hacia el texto icónico de la era digital que empezó a gestarse en la Edad Media.

Ainsi organisé dans l'ergonomie du codex, le texte n'est plus un *fil* linéaire que l'on dévide, mais une *surface* dont on appréhende le contenu par des approches croisées. Comme ils permettent au lecteur de considérer le texte à la façon d'un tableau, ces divers repères seront ici appelés « tabulaires » (Vandendorpe, 1999, p. 58. Las cursivas son del autor).

Con la (r)evolución digital la oferta de lectura se ha convertido en infinita. Ahora bien, frente a la pantalla y a los panegíricos varios sobre la cultura digital, el libro en papel y el papel del libro siguen reinando como el símbolo de la cultura por antonomasia, la cultura humanística, la cultura literaria. Los discursos que advierten sobre los riesgos que para la civilización supondría la desaparición del libro papel suelen ir acompañados de elegías que deploran la caída de la lectura intensiva en papel frente al aumento de la cultura extensiva y selectiva en pantalla. En todos esos discursos, la pantalla presentada como una fuerte competidora del libro se inserta dentro de una lógica de fragmentación progresiva de la atención y del uso del tiempo libre que no hace otra cosa que perjudicar enormemente a la auténtica y verdadera lectura, la lectura intensiva. Los efectos negativos de las pantallas como son la disminución de la capacidad de atención y de concentración,

la bajada de nivel en las competencias cognitivas, el déficit de comprensión lectora, el aislamiento del individuo y la disminución del sentimiento de empatía han sido expuestos con detalle (Wolf, 2007; Mangen, Walgermo & Brønnick, 2013; Spitzer, 2019) para confrontarlos a las cualidades de la lectura en papel, la lectura literaria, la lectura intensiva que permite aprehender el sentido de un texto (Nussbaum, 1990; Laugier, 2006; Yuste Frías, 2022b). Si el «Déficit de atención», la «menor comprensión lectora» y la «paupérrima memoria a largo plazo» parecen ser las conclusiones del paso del papel a la pantalla en la bibliografía especializada consultada para la redacción de esta publicación, cabe preguntarse si en la formación universitaria de profesionales de la traducción de textos y profesionales de la paratraducción de imágenes de la era digital realmente son incompatibles la actual cultura de las pantallas frente a la tradicional cultura del libro.

Los que están en contra de las pantallas, los *tecnófobos*, suelen decir que su uso abusivo en la escuela, el instituto y la Universidad es el origen de la caída brutal de la lectura y de la calidad de redacción en la propia lengua materna (lo que los traductores llamamos lengua A frente a la lengua B donde el paisaje de la correcta y aceptable redacción es todavía más desolador), cuando no mencionan que las pantallas son las culpables del aislamiento social, de los trastornos de personalidad, de la usurpación de identidad y de un larguísimo etcétera que llega a equiparar el término de «ciberespacio» con una fría inmensidad digital en la que el usuario de las pantallas permanece expuesto, sin defensa alguna, a terribles peligros.

Los que están a favor de las pantallas, los *tecnólatras*, argumentan que la cultura digital es la panacea universal y que habría que instalar pantallas en todas las escuelas infantiles, ofrecer a cada niño de primaria una tableta y aprender cuanto antes el lenguaje de programación. No puede haber innovación en educación sin pantallas, se llega a decir. Aunque se oculta que la mayoría de esos nativos digitales de infantil, primaria y secundaria que han vivido rodeados de pantallas sin haber consultado casi nunca un buen libro, se limitarán cuando lleguen el primer año a la Universidad,

a practicar por activa y por pasiva las tres «c»: copiar, cortar y colorear (cuando no a, simplemente, pegar) lo que otras personas (cuando no máquinas) han creado y ellos han encontrado en la red sin ni siquiera citar la fuente bibliográfica porque, antes de entrar en la Universidad, tampoco han aprendido a citar correctamente sus fuentes, por muy electrónicas que sean estas.

La cultura de las pantallas existe desde que el ser humano aprendió a fabricar imágenes y a mirarlás en pantallas (cine, televisión, ordenador), pero está siendo la digitalización de la cultura, la cibercultura íntimamente relacionada con la (r)evolución digital que ha supuesto la creación de Internet, la que, realmente, está ayudando a la cultura de las pantallas a independizarse de la cultura del libro. Expliquémonos, la invención del cine, una de las primeras expresiones más conocidas de la cultura de las pantallas, supuso crear películas que, en su inmensa mayoría, están construidas bajo el modelo del libro, es decir, las películas tienen un desarrollo lineal en el tiempo y el guión de las mismas, muchas veces, hasta proviene de un libro o resulta estar inspirado en él. Con el cómic pasa igual, se trata de dibujar, por supuesto, pero la historia, impregnada de la cultura literaria del libro, sigue contando una historia que resulta tener una muy determinada sucesión temporal. En cambio, la digitalización introduce una novedad esencial en las pantallas: cuando encendemos una pantalla de la era digital resulta posible hacer idas y venidas, jugar con nuestra memoria visual para navegar por los contenidos ofrecidos en pantalla y, por consiguiente, anular, en cierta medida, el tiempo.

Al ser una actividad de creación individual y colectiva, la traducción pertenece tanto a la cultura del libro como a la cultura de las pantallas. Una complementariedad más que necesaria que la (r) evolución digital ha hecho posible para quien se gana el pan de cada día en el mercado profesional de la traducción en este siglo XXI. Desde la perspectiva exclusiva de la cultura del libro, el texto traducido una vez publicado no puede cambiarse hasta que, en una próxima edición, la labor individual del sujeto que traduce empiece de nuevo a traducir el texto de partida. En cambio, desde la perspectiva de la cultura de

las pantallas, el texto traductivo en red se encuentra en permanente construcción hasta el punto de que podríamos llegar a afirmar que nunca termina de ser traducido porque, durante los procesos de transcreación colectiva, el texto y los paratextos de partida nunca se dejan de traducir y paratraducir en pantalla. Por eso, cuando hablamos de traducir para la pantalla desde la paratraducción, preferimos usar el término de «texto traductivo» más que el de «texto traducido» porque la supervivencia en pantalla del texto traductivo, reside, precisamente, en la suma de todas las traducciones y paratraducciones sucesivas que, simultáneamente, no cesan de transformarlo.

Traducir un libro desde la cultura analógica se considera una actividad que intenta rozar la perfección donde el traductor, como segundo autor del libro que es, debe demostrar estar a la altura del primer autor haciendo gala de todas sus competencias lingüísticas y culturales tanto en la lengua de partida como en la lengua de llegada, hasta el punto de que los traductores literarios escrupulosos con el mínimo detalle de edición de sus traducciones suelen tener la fama, bien merecida, de tardar más que nadie en entregar el manuscrito de su traducción a la editorial que la va a publicar. Se aspira a publicar la traducción definitiva del libro, aquella que quede impresa para la posteridad y la historia literaria como la traducción más canónica. En cambio, cuando traducimos en red, la cultura de las pantallas de la era digital convierte en efímero el texto traductivo en pantalla porque el trabajo colaborativo del equipo de traductores que trabaja en el proyecto de traducción no deja de transformarlo constantemente hasta tener el visto bueno del gestor del proyecto.

El acceso a la documentación y la terminología en los procesos analógicos de traducción contemplados desde la única perspectiva de la cultura del libro implica una verticalidad jerárquica donde el principio de autoridad del autor citado va a misa, lo cual confiere una posición vertical y trascendente en nuestra relación con el saber. En cambio, la cultura de las pantallas de la (r)evolución digital ha supuesto un profundo cambio en las fases de documentación y terminología de los procesos de traducción en pantalla al adoptar

una posición mucho más horizontal e immanente. Gracias a Internet, ya no hay una sola referencia o fuente, es posible acumular múltiples referencias documentales y alinear múltiples fuentes terminológicas, siempre y cuando se haya aprendido a seleccionar correcta y debidamente la fiabilidad de cada recurso electrónico encontrado, por supuesto.

En la cultura del libro, el elemento primordial es la construcción narrativa, mientras que su talón de Aquiles es el aprendizaje basado en cultivar la memoria a largo plazo como principal forma de adquisición del saber. En la nueva cultura de las pantallas de la (r)evolución digital el punto fuerte reside en la gestión espacial de los datos y su visualización en pantalla, mientras que su punto débil se encuentra en las consecuencias que tiene renunciar a la memoria a largo plazo, por no mentar la disminución de las capacidades de atención y de concentración.

Como Serge Tisseron, estamos más que convencidos de la necesaria complementariedad que debe existir siempre entre la cultura del libro y la cultura de las pantallas (Tisseron, 2021). Así que, impelidos por dicha convicción, presentamos a continuación para terminar esta publicación dos sucintos esquemas que explotan el abanico de posibilidades de interpretación y de visión holística que la noción de paratraducción ofrece a la hora de aprehender los umbrales del acto nada inocente de traducir y comprender la experiencia del umbral que se practica con la gimnasia del «entre» en el espacio liminar omnipresente en cualquier encargo de traducción (Yuste Frías, 2022a) en los tiempos de transición que vivimos entre la cultura del libro y la cultura de las pantallas. Todo ello con el fin último de apuntar, muy brevemente, los cambios que lleva implícitos la (r)evolución digital cuando reflexionamos sobre lo que queremos llamar aquí *el saber hacer traductor* (Cuadro 1) y *los procesos de aprendizaje traductor* (Cuadro 2) entre la cultura del libro y la cultura de las pantallas.

Cuadro 1: (R)evolución en el saber hacer traductor

<p>LA CULTURA DEL LIBRO favorece LA UNICIDAD</p>	<p>LA CULTURA DE LAS PANTALLAS favorece LA MULTIPLICIDAD</p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Un solo libro</i> es leído a la vez por un solo traductor. • <i>Un solo lector</i> único y aislado del texto traducido, aunque haya varios lectores reunidos en el mismo espacio. • <i>Un solo autor</i> de la traducción dentro de un entorno de creación individual. • <i>Una sola tarea</i> es realizada cada vez en su momento y en su lugar a lo largo del proceso traductor. • Cada <i>tarea</i> es llevada a cabo procurando que sea «<i>única</i>» casi perfecta y definitiva como lo es el estatus cultural del libro. • La relación con el saber se ejerce en un <i>único sentido vertical</i> de jerarquía donde prima el principio de autoridad del experto o de la fuente que consulta quien traduce. • <i>El texto</i> es la única materia prima del traductor porque su trabajo cotidiano es una demostración diaria de la lingüística aplicada. • <i>Un solo código</i>: el verbal. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Varias pantallas</i> son vistas a la vez por varios traductores. • <i>Varios espectadores</i> reunidos para un mismo producto audiovisual traducido, aunque haya varios espectadores aislados en espacios diferentes. • <i>Varios creadores</i> del producto traducido dentro de un entorno de creación colectiva. • <i>Varias tareas</i> se llevan a cabo simultáneamente y en paralelo a lo largo del proyecto de traducción. • Las <i>tareas</i> permanecen casi siempre <i>inacabadas</i> y, la mayoría de las veces, resultan ser <i>provisionales</i>. • La relación con el saber se desarrolla desde <i>múltiples direcciones horizontales</i> de colaboración colectiva donde todo informante puede llegar a ser válido para quien traduce. • <i>La imagen</i> se convierte en la nueva materia prima del traductor porque no sólo complementa al texto, sino que hasta lo reemplaza. • <i>Múltiples códigos</i> no verbales.

Referencia: Elaboración propia

Cuadro 2: (R)evolución en los procesos de aprendizaje traductor

<p>LA CULTURA DEL LIBRO es una cultura centrada en la TEMPORALIDAD y la MEMORIA</p>	<p>LA CULTURA DE LAS PANTALLAS es una cultura centrada en la ESPACIALIDAD y la INNOVACIÓN</p>
<p>EL LIBRO FAVORECE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Un pensamiento lineal</i> del traductor basado en el <i>modelo verbal</i> de la lengua que, con su sucesión de palabras, líneas y párrafos desfilando a lo largo de las páginas, requiere la máxima atención. • <i>La memoria a largo plazo</i>, es decir, la que ayuda a colocar cada acontecimiento interpretado en su espacio y tiempo correctos en el texto de partida. • <i>La atención «profunda»</i> (Hayles, 2007), es decir, la atención más absoluta que siempre requiere la lectura intensiva del texto que hay que traducir. • <i>El aprendizaje mediante prácticas repetitivas</i> de automatización que fomentan estrategias de «asimilación» en la reescritura de textos. • <i>La construcción narrativa basada en la temporalidad</i>: el texto del primer libro, la Biblia, empieza con toda una genealogía situada en el tiempo y a partir de la cual se ha ido construyendo una enorme transtextualidad edificada por las múltiples traducciones que tiene el libro más traducido del mundo. 	<p>LAS PANTALLAS FAVORECEN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Un pensamiento no lineal</i> del traductor basado en <i>modelos visuales</i> de elementos semióticos no verbales presentes de forma circular facilitando una visión mucho más holística de la tarea de traducir en red. • <i>La memoria a corto plazo</i>, es decir, la que ayuda a resolver tareas puntuales en las distintas fases de los procesos de traducción. • <i>La hiperatención</i>, es decir, la atención dispersa que, bien distribuida en adecuadas lecturas extensivas y selectivas, ayuda a realizar las multitareas del traductor. • <i>El aprendizaje mediante cambios repentinos</i> de estrategia frente a errores facilitando la «acomodación» para superar obstáculos durante el proceso de traducción. • <i>La construcción narrativa basada en analogías y contigüidades</i>: la imagen ayuda a construir en el espacio digital de la pantalla toda narrativa aumentada que, con tan sólo pinchar hipervínculos en red, transporta al usuario de pantallas a viajes por galaxias transmediáticas.

Referencia: Elaboración propia

8. Conclusiones

En el cambio de paradigma que supone la (r)evolución digital al pasar del soporte papel al soporte de las pantallas y, con ello, provocar importantes mutaciones en la lectura, la paratraducción resulta ser la noción clave para no perderse en la fenomenología mutante de la paratextualidad en los procesos de traducción que resultan ser, cada día, más intersemióticos, multimodales y transmediáticos. Al revalorizar la paratextualidad en traducción, la noción de paratraducción llama poderosamente la atención sobre el hecho irrefutable de que, en la era digital, la actividad nunca inocente de traducir ya no puede estar relacionada exclusivamente con el aspecto verbal del texto.

De entre la multitud de elementos paratextuales que en traducción ha hecho proliferar la cibercultura, la imagen se ha impuesto como dueña y señora en los procesos de traducción. A pesar de haber crecido con las pantallas, cuando el alumnado de grado en Traducción e Interpretación llega a la Universidad echa mucho de menos una formación que desarrolle su capacidad de «lectura» semiótica, interpretación y paratraducción de la imagen hasta llegar al nivel que exige el actual mercado laboral de la era digital. El objetivo primordial de esta publicación ha sido recordar que, en esta incesante (r)evolución digital que llevamos años viviendo, la imagen en traducción no es un texto en el sentido lingüístico del término (puede serlo plenamente en el sentido semiótico del término, máxime cuando no hay ningún elemento verbal alrededor) sino más bien un paratexto (peritexto o epitexto) icónico cuya paratraducción resulta esencial en la comunicación internacional. Gracias a la paratraducción, quien traduce se interesa, por fin, no sólo por el texto, sino también, y, sobre todo, por la imagen y los diferentes tipos de paratextualidad (verbal y no verbal) que, en la era digital, presentan, introducen, rodean, envuelven, acompañan, ilustran y prolongan tanto al texto de partida como al texto de llegada finalmente editados a lo largo de los diferentes procesos de

producción de la cultura del libro y la cultura de las pantallas en el mercado profesional de la traducción.

En la formación universitaria de profesionales de la traducción, no debería existir ninguna oposición entre la cultura del libro y la cultura de las pantallas sino una complementación pedagógica. Al mismo tiempo que los libros siguen difundiendo el texto, las pantallas son utilizadas, cada vez más, para difundir la imagen y alimentar con ella la mente del alumnado que llega a la Universidad. Por consiguiente, consideramos que debe haber siempre una permanente complementación eficaz de la cultura del libro (el texto) y la cultura de las pantallas (la imagen) en la formación universitaria de profesionales de la traducción. Ahora bien, la experiencia docente acumulada durante más de treinta años de docencia universitaria nos impulsa a atrevernos a afirmar que lo recomendable parece estar en que la cultura del libro preceda siempre a la cultura de las pantallas, ya que la construcción narrativa del texto es el mejor medio para tomar distancia preventiva, perspectiva contextual y sentido crítico por parte de quien deberá traducir el texto y paratraducir la imagen en el mercado profesional.

En realidad, la cultura del libro, por un lado, y la de las pantallas, por otro, son las dos partes del ánfora del ejercicio profesional del traductor. Un ánfora que se partió en dos desde que, con la invención de la imprenta, la civilización occidental empezó a privilegiar el libro, el verbo... el texto, frente a la imagen. El ejercicio profesional de la traducción en la (r)evolución digital sólo es posible si enseñamos a nuestro alumnado universitario del siglo XXI a volver a unir las dos partes del ánfora rota para que jamás vuelva a separarse la entidad mestiza del texto_imagen que, en realidad, constituye la «nueva» materia prima del traductor en pantalla. Traducir en la era digital es saber volver a recrear en otra lengua y en otra cultura meta toda la red de vínculos transtextuales creada en una lengua y cultura de partida usando un conjunto variable de representaciones no sólo verbales, sino también, y, sobre todo, no verbales (icónicas, sonoras, musicales,

etc.) que conforman un muy determinado tipo de paratextualidad omnipresente en pantalla.

Esta publicación no ha pretendido, en ningún momento, ni diabolizar las pantallas, ni tampoco idealizarlas en la formación universitaria de profesionales de la traducción. Esperar milagros de las pantallas creyendo que van a solucionar todos los problemas de aprendizaje porque son esencialmente «lúdicas» resulta tan estéril en educación como querer ignorarlas y fomentar una resistencia feroz a su uso en la era digital de la información y la comunicación. Las pantallas son tan sólo herramientas. No hay que pedirles más de lo que nos pueden dar, pero, eso sí, en el ejercicio de nuestra docencia deberíamos enseñar a nuestro alumnado a aprender a solicitar de ellas todo lo bueno que les pueden aportar en sus aprendizajes. Y para ello, nada mejor que el alumnado universitario haya adquirido, desde la infancia y durante toda su adolescencia, en primer lugar, unos excelentes hábitos de lectura intensiva con los libros, y, en segundo lugar, buenos hábitos de lectura extensiva y selectiva en el uso saludable de las pantallas.

Referencias

Benetello, Claudia. «When translation is not enough: Transcreation as a convention defying practice. A practitioner's perspective». *JoSTrans: The Journal of Specialised Translation*, 29, 28-44, 2018.

Berger, John; Blomberg, Sven; Fox, Chris; Dibb, Michael & Hollis, Richard. *Modos de ver*. Traducción de Justo G. Beramendi. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

Bernal-Merino, Miguel. «On the translation of video games». *JoSTrans: The Journal of Specialised Translation*, 11, 2006.

Bouveresse, Jacques. *La connaissance de l'écrivain. Sur la littérature, la vérité et la vie*, Marseille: Agone, 2008.

Carreira, Oliver «¿Transcreación, traducción de marketing o copywriting bilingüe?». *Linguae, Revista de la Sociedad Española de Lenguas Modernas*, 5, p. 7-24, 2018.

Carreira, Oliver & Botella, Carla «¿Qué opinan los publicistas sobre la transcreación? Un estudio social sobre la relación entre el sector de los servicios lingüísticos y el de la publicidad». In: Martínez Martínez, Silvia. (Ed.). *Nuevas tendencias en traducción e interpretación: Enseñar, aprender e investigar en la revolución digital*. Granada: Comares, 2020, p. 169-180.

Chaume, Frederic. «Audiovisual Translation Trends. Growing Diversity, Choice, and Enhanced Localization». In: Esser, Andrea; Bernal-Merino, Miguel Ángel & Smith, Iain Robert. (Eds.). *Media Across Borders. Localizing TV, Film and Video Games*. Nueva York: Routledge, 2016, p. 68-84.

Chevalier, Jean & Gheerbrant, Alain. *Dictionnaire des symboles. Mythes, rêves, coutumes, gestes, formes, figures, couleurs, nombres*. París: Robert Laffont, 1982.

Cómitre Narváez, Isabel. «Paratraduire l'imaginaire : approche méthodologique du sous-titrage espagnol des films ocelotiens». *Meta*, vol. 67, n.º 3, pp. 592-613, 2022. DOI: <https://doi.org/10.7202/1100476ar>

Díaz Cintas, Jorge. «The Technology Turn in Subtitling». In: Thelen, Marcel & Lewandowska-Tomaszczyk, Barbara. (Eds.). *Translation and meaning*. Maastricht: Zuyd University of Applied Sciences, 2013. p. 119-132.

Durand, Gilbert. *Les structures anthropologiques de l'imaginaire. Introduction à l'archétypologie générale*. París: Dunod, 1992.

Eco, Umberto. *Los límites de la interpretación*. Traducción de Helena Lozano. Barcelona: Lumen, 1992.

Gaballo, Viviana. «Exploring the boundaries of transcreation in specialized translation». *ESP Across Cultures*, 9, p. 95-113, 2012.

Gambier, Yves. «La traduction audiovisuelle : un genre en expansion». *Meta*, 49(1), p. 1-11, 2004. DOI: <https://doi.org/10.7202/009015ar>

Gómez Tapado, Renato. «La Traducción de Poesía como Transcreación». *Anuario brasileño de Estudios Hispánicos*, 2, p. 231-237, 1992.

Hayles, Katherine. «Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes». *Profession*, 2007: pp. 187-99, 2007.

Jenkins, Henry. *Convergence culture. Where Old and new Media Collide*. Nueva York & Londres: New York University Press, 2006.

Kusuba, Kōzō (dir. jefe y guionista). *Doraemon*. (serie TV). Japón: TV Asahi, Fujiko F. Fujio Production y Shinei Animation, 2005-2015.

Laugier, Sandra. (Ed.). *Éthique, littérature, vie humaine*, París: PUF, 2006.

Lázaro, Rosario. «Haroldo de Campos: recorrido por sus textos teóricos sobre traducción y estado de traducción al castellano». *Mutatis Mutandis*, 5(2), p. 370-390, 2012. DOI: <https://doi.org/10.17533/udea.mut.13694>

Loo, Egan. «Doraemon's anime visual & script changes for U.S. TV detailed». *Anime News Network. The Internet's most Trusted Anime News Source*. Artículo editado el 11/05/2014, 2014. Disponible en: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2014-05-11/doraemon-anime-visual-and-script-changes-for-u.s-tv-detailed>. Acceso el: 28 nov. 2023.

Mangen, Anne; Walgermo, Bente & Brønnick, Kolbjorn. «Reading linear texts on paper versus computer screen. Effects on reading comprehension», *International Journal of Educational Research*, 58(1), p. 61-68, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2012.12.002>

Mangiron, Carmen & O'Hagan, Minako «Game localisation: Unleashing imagination with “Restricted” translation», *JoSTrans: The Journal of Specialised Translation*, 6, p. 10-21, 2006.

Méndez González, Ramón. «Localización de videojuegos, intertextualidad y transcreación: fundamentos básicos». In: Martínez Martínez, Silvia. (Ed.). *Nuevas tendencias en traducción e interpretación: Enseñar, aprender e investigar en la revolución digital*, Granada: Comares, 2020, p. 79-92.

Mozzani, Éloïse. *Le livre des superstitions. Mythes, croyances et légendes*. París: Robert Laffont, 1995.

Nussbaum, Martha Craven. *Love's Knowledge. Essays on Philosophy and Literature*, Nueva York & Oxford: Oxford University Press, 1990.

Pedersen, Daniel. «Exploring the concept of transcreation – transcreation as ‘more than translation’?». *Cultus: The Intercultural Journal of Mediation and Communication*, 7, p. 57-71, 2014.

Ray, Rebecca & Kelly, Nataly. *Reaching New Markets Through Transcreation, When Translation Just Isn't Enough*. Lowell: Common Sense Advisory Inc, 2010.

Reiss, Katharina & Vermeer, Hans. *Towards a General Theory of Translational Action. Skopos Theory Explained*. Traducción de Christiane Nord y revisión de Marina Dudenhöfer. Londres: Routledge, 2013.

Saussure, Ferdinand de. *Cours de linguistique générale*. París: Payot, 1964.

Saussure, Ferdinand de. *Curso de lingüística general*. Traducción de Mauro Armíño. Madrid: Akal, 1980.

Saussure, Ferdinand de. *Curso de lingüística general*. Traducción de Amado Alonso. Madrid: Alianza, 1983.

Siptzer, Manfred. *Les ravages des écrans. Les pathologies à l'ère du numérique*. Traducción de Frédéric Joly. París: l'Échapée, 2019.

Tisseron, Serge. *Le bonheur dans l'image*. París: les Empêcheurs de penser en rond, 2003.

Tisseron, Serge. «Culture du livre et culture des écrans, l'indispensable complémentarité». In: Tisseron, Serge & Tordo, Frédéric. *Comprendre et soigner l'homme connecté*. París: Dunod, 2021, p. 47-54.

Toury, Gideon. *Descriptive Translation Studies – and beyond*, Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2012.

Vandendorpe, Christian. *Du papyrus à l'hypertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture*. París: La Découverte, 1999.

Venuti, Lawrence. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*, Londres: Routledge, 2017.

Wolf, Maryanne. *La prescription littéraire en réseaux. Enquête dans l'univers numérique*. Villeurbanne: Presses de l'Enssib, 2007.

Yuste Frías, José. «Paratextualidade e tradução: a paratradução da literatura infantil e juvenil». Tradução de Gisele Tyba Mayrink Orgado. *Cadernos de Tradução*, 2(34), p. 9-60, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-7968.2014v2n34p9>

Yuste Frías, José. «Bibliografía para una arqueología y evolución de la noción de paratraducción». *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*. 21/12/2021, 2021a. Disponible en: <https://www.joseyustefrias.com/2021/12/22/bibliografia-para-una-arqueologia-y-evolucion-de-la-nocion-de-paratraduccion/>. Acceso el 28 nov. 2023.

Yuste Frías, José. «El juego del calamar: ¿poseditar no es traducir?». *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*. 15/10/2021, 2021b. Disponible en: <https://www.joseyustefrias.com/2021/10/15/el-juego-del-calamar-poseditar-no-es-traducir/>. Acceso el 28 nov. 2023.

Yuste Frías, José. «Teoría de la paratraducción». In: Yuste Frías, José & Garrido Vilariño, Xoán Manuel. (Eds.) *Traducción & Paratraducción I. Líneas de investigación*. Berlín: Peter Lang, 2022a. p. 29-64.

Yuste Frías, José. «Leer para traducir». In: Ferreiro Vázquez, Óscar. (Ed.) *Avances en las realidades traductológicas: tecnología, ocio y sociedad a través del texto y del paratexto*. Berlín: Peter Lang, 2022b. p. 49-67.

Yuste Frías, José. «Aux seuils du traduire». *Meta*, 67(3), p. 503–518, 2022c. DOI: <https://doi.org/10.7202/1100471ar>

Zorrakin-Goikoetxea, Itziar. «Transcreación y adaptación cultural en videojuegos: proceso, producto y recepción». *Trans: Revista de Traductología*, 26, p. 213-231, 2022. DOI: <https://doi.org/10.24310/TRANS.2022.v26i1.14565>

Recebido em: 10/07/2023

Aprovado em: 08/11/2023

Publicado em dezembro de 2023

José Yuste Frías. Vigo, Galicia, España. E-mail: jyuste@uvigo.es. <https://orcid.org/0000-0002-2102-3901>