

## **VERSIÓN DEL AUTOR**

Publicación original: Díaz-Millón, M. & Gutiérrez-Artacho, J. (2020). Nuevos perfiles profesionales en traducción: Competencias necesarias para la transcreación. En: S. Martínez Martínez (ed.), *Nuevas tendencias en Traducción e Interpretación* (pp. 115–130). Granada: Comares.

# NUEVOS PERFILES PROFESIONALES EN TRADUCCIÓN: COMPETENCIAS NECESARIAS PARA LA TRANSCREACIÓN

**Mar Díaz-Millón**

[mardiazmillon@ugr.es](mailto:mardiazmillon@ugr.es)

Universidad de Granada

**Juncal Gutiérrez-Artacho**

[juncalgutierrez@ugr.es](mailto:juncalgutierrez@ugr.es)

Universidad de Granada

## 1. Introducción

La necesidad de favorecer la comunicación y la difusión de información corporativa, así como la interacción con potenciales consumidores, hace imprescindible para las empresas conseguir una presencia en Internet sólida, profesional y adaptada a los mercados de destino. En los últimos años los profesionales de la traducción se han convertido en agentes claves en el proceso de la internacionalización empresarial, puesto que una correcta gestión lingüística es esencial para que una empresa pueda salir al mercado global y garantizar en él su supervivencia (Ramírez Delgado, 2017). Por ello, se han visto obligados a adaptarse a nuevos perfiles profesionales con un alto grado de transdisciplinariedad y especialización, que también exigen un esfuerzo constante de adaptación y aprendizaje (Calvo-Encinas, 2017). Uno de esos perfiles es el del traductor-transcreador.

A partir de los puntos de vista de varios autores (Gaballos, 2012; Pedersen, 2014; Benetello, 2018), se puede afirmar que la transcreación es un proceso mediante el cual algunas partes del texto se traducen y otras se reinterpretan de forma creativa. La consecuencia es un nuevo texto, resultado de combinar *traducción* y *creación*, que transmite el mismo mensaje que el original, pero está adaptado a las particularidades de la cultura meta (Ramírez Pereda & Varela Salinas, 2017). En este sentido, el creciente uso del término «transcreación» puede entenderse como una respuesta teórica al fenómeno de la traducción publicitaria (Fernández Rodríguez, 2019). Debido a sus características, los ámbitos en los que es más frecuente encontrar transcreación son en el *marketing* y la publicidad, puesto que las empresas necesitan adaptar sus campañas publicitarias a nuevos mercados al mismo tiempo que transmiten su identidad de marca a nuevos públicos meta, puesto que uno de los rasgos que caracterizan a la traducción en publicidad es que prioriza la adaptación de la recepción del discurso en la sociedad de destino (Fernández Rodríguez, 2019). De este modo, la transcreación combinaría aspectos de traducción (pues se producen trasvases interlingüísticos), de publicidad y *marketing* (pues este es el principal

ámbito de aplicación) y de comunicación y periodismo (pues la reinterpretación creativa lleva en muchas ocasiones a producir nuevos textos).

Se trata, por tanto, de una actividad claramente multi- e interdisciplinar. La transcreación tiene un carácter transversal y los transcreadores necesitan contar con aportaciones procedentes de diferentes ramas y dominios del conocimiento que acerquen a una visión completa y exhaustiva de esta actividad y permitan definir cuáles son las competencias de las que han de disponer los transcreadores. Puesto que la transcreación es una actividad que deriva de la traducción, las competencias específicas que requiere para llevarse a cabo son aquellas de la traducción. Sin embargo, también requiere competencias transversales, aquellas comunes a todas o casi todas las disciplinas.

Para describir el perfil profesional que exige esta nueva actividad y las competencias que deben adquirirse para llevarla a cabo, se deben estudiar los campos afines a la transcreación. Dado que la transcreación es una actividad relativamente reciente, todavía no hay muchas investigaciones sobre las competencias necesarias para llevarla a cabo, ni se han realizado estudios empíricos para validarlas. Existen varias áreas de conocimiento relacionadas de forma muy cercana con la transcreación cuyas aportaciones pueden contribuir de forma positiva a esta actividad.

El principal objetivo de esta propuesta es analizar, desde el plano de la revisión teórica, las aportaciones procedentes de otras disciplinas afines (traducción, comunicación, *marketing*, publicidad, posesición) que pueden contribuir a la práctica de la transcreación y determinar las competencias necesarias para su desempeño, tanto transversales como específicas, a partir de una revisión bibliográfica.

Se definirá en primer lugar el papel del traductor dentro del proceso de transcreación (debe tenerse en cuenta que el transcreador será, predominantemente, un traductor). De este modo, se entenderá su relación con otros profesionales y los conocimientos transversales y multidisciplinares que debe adquirir. Después, se analizarán las competencias de otros campos afines para definir cuáles de ellas son imprescindibles para la transcreación. Así, se abrirá el camino para definir el perfil profesional del transcreador.

## **2. Marco teórico**

### ***2.1. El nuevo paradigma educativo y profesional***

En los últimos años, hemos sido testigos de un cambio en el paradigma educativo de Europa (Kampylis *et al.*, 2013; Robinson, Olvera-Lobo, & Gutiérrez-Artacho, 2016). Este cambio de paradigma ha estado motivado en parte por el desarrollo de la tecnología digital y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) (Kong, 2014; Cobo, 2016).

Este cambio ha sido impulsado por el proyecto *Tuning* (González & Wagenaar, Edits. 2003). Este proyecto, aprobado por la Comisión Europea, tenía dos ejes principales. El primero, cambiar el enfoque educativo tradicional centrado en la enseñanza por un enfoque centrado en el aprendizaje. El segundo eje fue introducir el concepto de competencias como puntos de referencia a la hora de elaborar los currículos educativos.

Según el proyecto *Tuning*, las competencias son un conjunto de conocimientos y habilidades que los estudiantes deben ser capaces de dominar, comprender y demostrar después de completar un período de estudios. Las competencias pueden ser transversales (o genéricas) y específicas. Las competencias transversales son aquellas que pueden ser compartidas por cualquier titulación. Por otro lado, las competencias específicas son aquellas que pertenecen a un campo de especialización concreto.

Todas ellas son claves en la formación de futuros profesionales, especialmente en la educación superior. En el caso de los estudios superiores en Traducción e Interpretación, mientras que en los planes de estudios se hace especial hincapié en la adquisición de competencias específicas, las competencias transversales quedan a menudo olvidadas o relegadas a un segundo plano (Olvera-Lobo, Robinson & Gutiérrez-Artacho, 2018). Sin embargo, las competencias transversales adquieren especial relevancia a la hora de hablar de los nuevos perfiles profesionales que han surgido en la última década, ya que se trata claramente de perfiles interdisciplinarios. Entre estos perfiles se encuentran la localización, la posesición y, por supuesto, la transcreación. Los tres están caracterizados por trabajar con textos interactivos (Jiménez-Crespo, 2013) y multimodales. Se trata, especialmente, de textos destinados a la difusión web.

En la actualidad y desde hace unos años, la traducción y la interpretación han adquirido un carácter transversal dentro del mercado global, de manera que el perfil del traductor, según Morón-Martín (2017), requiere no solo ser específico de la traducción, sino también nutrirse de las competencias transversales más demandadas por el mercado. Es, por lo tanto, necesario definir las competencias que deben adquirirse para estos nuevos perfiles profesionales derivados de la traducción y tan influidos por la tecnología digital ya que, a día de hoy, todavía se han llevado a cabo pocas investigaciones sobre este tema.

## **2.2. *Papel del traductor dentro del proceso de transcreación***

La transcreación es una actividad multidisciplinar que implica a muchos agentes en su proceso (Pedersen, 2017). El traductor-transcreador no trabaja solo, sino que lo hace dentro de un equipo multidisciplinar.

Pedersen estudió a los agentes involucrados el proceso de transcreación paso a paso dentro de una agencia de *marketing*. Se trata de una agencia londinense encargada de transcribir campañas publicitarias. El autor nos describe el proceso de transcreación como un conjunto de actividades interactivas en las que los agentes involucrados son: el cliente, el gestor de transcreación, el *copyeditor* y el *copywriter*. Las dos últimas palabras son las etiquetas con las que la agencia designa a las personas que hacen las transcreaciones (Pedersen, 2017). Según el autor, observamos que los pasos del proceso son los siguientes:

“A transcreation file with a locally adapted creative brief, formulated by the transcreation agency and based on instructions from a creative agency, is sent out to the copywriter by the transcreation manager.

- I. The copywriter adapts the copy.
- II. The copy goes back to the transcreation manager who makes a quality check.
- III. The copy goes out to a copyeditor who reviews the adaptations (transcreations) made so far.

IV. The copy then goes back to the transcreation manager who does another quality check.

V. Two to three alternative solutions and their rationales are delivered to the client by the transcreation manager for final selection and approval.”

Pedersen describe el proceso de transcreación como un proceso muy interactivo, en el que se realizan varios controles de calidad y en el que es importante contar con varias opciones a la hora de tomar una decisión final.

La clara interdisciplinariedad de este proceso parece que hace necesario que los futuros transcreadores adquieran competencias transversales compartidas por otras profesiones.

### **3. Metodología**

Para este trabajo, la metodología aplicada ha sido una revisión de literatura científica acerca de los siguientes temas de investigación: competencias transversales y específicas en traducción e interpretación, competencias específicas de traducciones especializadas (traducción literaria, traducción audiovisual, localización, posesición y traducción publicitaria) y competencias transversales en campos afines (*marketing*, publicidad, comunicación y periodismo).

La literatura científica ha sido seleccionada realizando búsquedas en las principales bases de datos de conocimiento académicos (Web of Science, Scopus), utilizando ecuaciones con la siguiente estructura:

1. Nombre de la disciplina
2. Competenc\*
3. Training OR education
4. Limitación de la literatura a los diez años anteriores.

Con estas ecuaciones, se pretendía encontrar literatura reciente, actualizada y relevante. Se han seleccionado los resultados más relevantes para cada ecuación de búsqueda.

En los apartados siguientes, se presentan los resultados de la revisión de la literatura científica seleccionada.

### **4. Resultados y hallazgos**

#### ***4.1. Competencias transversales para la transcreación***

##### *4.1.1. Competencias del campo de la traducción*

El *Libro Blanco del Grado en Traducción e Interpretación* (en lo sucesivo, *Libro Blanco*) de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA, 2004), recoge las competencias que deben adquirirse durante los estudios superiores en traducción y las clasifica en transversales (o genéricas) y en competencias específicas. A su vez, clasifica las competencias transversales en instrumentales, personales, sistémicas y

otras competencias. A continuación, se muestran las competencias transversales que la ANECA establece para el Grado en Traducción e Interpretación:

Competencias transversales instrumentales	Competencias transversales personales	Competencias transversales sistémicas	Otras competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Comunicación oral y escrita en la lengua propia</li> <li>○ Conocimiento de una 2ª lengua extranjera</li> <li>○ Capacidad de organización y planificación</li> <li>○ Resolución de problemas</li> <li>○ Capacidad de análisis y síntesis</li> <li>○ Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio</li> <li>○ Capacidad de gestión de la información</li> <li>○ Toma de decisiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Compromiso ético</li> <li>○ Razonamiento crítico</li> <li>○ Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad</li> <li>○ Habilidades en las relaciones interpersonales</li> <li>○ Trabajo en equipo</li> <li>○ Trabajo en un contexto internacional</li> <li>○ Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Motivación por la calidad</li> <li>○ Aprendizaje autónomo</li> <li>○ Adaptación a nuevas situaciones</li> <li>○ Conocimientos de otras culturas y costumbres</li> <li>○ Creatividad</li> <li>○ Iniciativa y espíritu emprendedor</li> <li>○ Liderazgo</li> <li>○ Sensibilidad hacia temas medioambientales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica</li> <li>○ Capacidad de trabajo individual</li> <li>○ Diseño y gestión de proyectos</li> </ul>
<b>Tabla 1: Competencias transversales del Libro Blanco del Grado en Traducción e Interpretación</b>			

Dado que este modelo de competencias ha sido aprobado por la ANECA, será tomado como referencia para la elaboración final del listado de competencias para la transcreación.

#### 4.1.2. Competencias de otros campos afines

En áreas que aparentemente no tienen que ver con traducción, podemos encontrar similitudes, especialmente en lo que se refiere a competencias transversales que deben adquirirse para desarrollarse. Ese es el caso, por ejemplo, del *marketing* y la publicidad.

Álvarez-Flores, Núñez-Gómez & Olivares-Santamarina (2018) realizaron un estudio comparativo de cientos de ofertas de trabajo con el objetivo de dibujar el panorama de las salidas laborales para graduados en Publicidad y Relaciones Públicas. Tras este estudio ofrecieron una lista de competencias y criterios específicos que se requerían para estas ofertas. Además, los autores resaltan que actualmente se exige que los expertos en publicidad tengan un perfil híbrido, que incorpore características de otras profesiones. Entre estas competencias y conocimientos, destacan las siguientes: alto conocimiento de idiomas, conocimiento de herramientas de *software* específicas, capacidad de organización, saber trabajar en equipo y bajo presión y capacidad de negociación, creatividad, buen nivel de analítica web, inmersión en la tecnología y el *marketing* y la publicidad digital para la

validación de acciones creativas y creación de campañas, manejo de servicios web, saber contemplar soluciones innovadoras, maquetación web, etc.

De entre las competencias anteriores, quizá la más relacionada con la transcreación sea la creatividad. No se puede desdeñar que los conocimientos en *marketing* y publicidad digital son imprescindibles, puesto que estos son unos de los principales ámbitos de aplicación de la transcreación. Igualmente, los conocimientos de maquetación web y manejo de servicios web son muy necesarios para la transcreación de sitios web.

Por otro lado, el *marketing* es similar a la traducción (y, por ende, a la transcreación) por la necesidad de tener una fuerte inteligencia intercultural (Kurpis & Hunter, 2017). Esta inteligencia intercultural trata, según la definen los anteriores autores, de la habilidad de un individuo para manejar situaciones interculturales.

En resumen, un especialista en *marketing* y publicidad debe adquirir una serie de competencias muy similares a las necesarias para llevar a cabo procesos de traducción y transcreación. Por tanto, conocer las competencias necesarias para el *marketing* nos ayudará a definir el perfil profesional del transcreador.

Otros de los campos profesionales donde encontramos competencias que puedan encajar en la transcreación es el de la comunicación y el periodismo.

En primer lugar, López-Vidales & González-Aldea (2014), en un trabajo sobre nuevas herramientas en enseñanza del periodismo, recogen las competencias para las asignaturas de «Radio informativa» y «Televisión informativa» de la titulación de Periodismo de la Universidad de Valladolid. De entre ellas, destacan «localizar y gestionar informativamente fuentes, documentación y contenidos especializados».

Por otro lado, López-García, Rodríguez-Vázquez & Pereira-Fariña (2017) y Gertrudis-Casado, Gertrudix-Barrio & Álvarez-García (2016), en sus respectivos trabajos sobre competencias tecnológicas y digitales, definen otra competencia de la comunicación: redacción y producción de textos. Esta competencia es importante para el presente trabajo porque está íntimamente ligada a la transcreación, puesto que la creación y producción de textos son una de sus características principales. Por último, en ambos trabajos se habla de otra competencia afín a la transcreación: el dominio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), así como otras herramientas digitales.

## **4.2. Competencias específicas**

### *4.2.1. Competencias de la traducción general*

Largo y tendido se ha hablado de las competencias específicas de la traducción y de su adquisición. Puesto que se trata de un tema ampliamente tratado, para los propósitos de este artículo se tratarán los trabajos del grupo PACTE (2005) y de su investigadora principal, Hurtado Albir (2015), además del trabajo de Kelly (2008).

El grupo PACTE (2005) define la competencia traductora como el sistema de conocimientos necesarios para traducir, y establecen seis subcompetencias que forman parte de esta competencia traductora:

- Subcompetencia bilingüe

- Subcompetencia extralingüística
- Subcompetencia de conocimientos de traducción
- Subcompetencia instrumental
- Subcompetencia estratégica
- Componente psico-fisiológicos

Una década más tarde, Hurtado Albir (2015) ratificaría estas subcompetencias de la competencia traductora.

Por su parte, Kelly (2008) habló de diferentes competencias específicas que formaban la competencia traductora. Para ella, hay siete competencias que a continuación se exponen de forma resumida:

- Competencia comunicativa y textual en al menos dos lenguas y culturas
- Competencia cultural e intercultural
- Competencia temática
- Competencia instrumental profesional
- Competencia psicológica o psicofisiológica
- Competencia interpersonal
- Competencia estratégica

Tanto el grupo PACTE como Kelly hacen hincapié en la importancia de la competencia lingüística y cultural, en conocer los aspectos básicos de la profesión, en saber manejar las herramientas y fuentes de documentación útiles para la profesión, y en las habilidades personales del traductor (resolución de conflictos, trabajo en equipo, etc.). Ambos modelos y sus puntos de encuentro serán tenidos en cuenta a la hora de definir un perfil con las competencias del traductor-transcreador.

Por su parte, el *Libro Blanco* (ANECA, 2004), establece las siguientes competencias específicas:

- Competencias específicas
  - Dominio de lenguas extranjeras
  - Conocimiento de culturas y civilizaciones extranjeras
  - Dominio de la lengua propia, escrita y oral
  - Dominio de técnicas y terminología de la traducción especializada
  - Manejo de herramientas informáticas
  - Dominio de técnicas de traducción asistida/localización
  - Destreza para la búsqueda de información/documentación
  - Conocimiento de los aspectos económicos y profesionales
  - Capacidad de trabajo en equipo
  - Capacidad de diseñar y gestionar proyectos
  - Poseer una amplia cultura

Esta lista de competencias específicas forma parte del modelo de competencias establecidos por la ANECA (2004) y que servirán como referencia para la elaboración de la lista final de competencias necesarias para la transcreación.

#### 4.2.2. Competencias de traducciones especializadas

Este trabajo se centra en las siguientes traducciones especializadas: traducción literaria, traducción audiovisual, localización, posesición y traducción publicitaria y el *copywriting*.

Ortiz García (2016) considera que las competencias para la traducción literaria son las mismas que las establecidas para la traducción en general por el grupo PACTE, antes comentadas. Sin embargo, es interesante que este autor recalque que dentro de la competencia psico-fisiológica del traductor se encuentra la creatividad. De hecho, Ortiz García apunta que el papel del traductor es similar al del autor de la obra original.

Por su parte, Hewson (2017) opina que la creatividad es un valor en la traducción literaria. Para él, la reinterpretación de textos es una buena estrategia creativa. Sin embargo, considera que esta creatividad debe tener límites. Por eso señala que las decisiones creativas en traducción literaria deben ser validadas por expertos tanto en traducción como en literatura.

Para ambos autores, la creatividad es una característica de los traductores literarios. Esto sirve de enlace entre el perfil del traductor literario y el del transcreador. No obstante, mientras que la creatividad es una característica deseable y recomendable para la traducción, se vuelve indispensable para la transcreación. Se apuntan así algunas diferencias entre el perfil profesional del traductor y el del transcreador.

En cuanto a la traducción audiovisual, hace casi dos décadas, Mayoral Asensio (2002) apuntaba que, además de las habilidades clásicas de los traductores, los traductores audiovisuales necesitarían conocer actividades como el diseño gráfico, la edición de vídeo, el doblaje o el subtítulo. Es más, recomendaba a los traductores interesados en el campo audiovisual que presentaran un perfil polifacético y flexible que incorporara actividades propias de otro tipo de profesiones. Esta referencia al perfil polifacético del traductor nos acerca al perfil del transcreador, cuyas funciones combinan traducción y localización, pero también creación, adaptación e incluso actividades de *marketing*.

Mayoral Asensio también señala otro punto en común entre la traducción audiovisual y la transcreación. Para él, la traducción audiovisual presenta una vertiente instrumental que sirve para que el futuro traductor desarrolle habilidades como, entre otras, la creación. Se observa aquí un aspecto de creatividad en la traducción audiovisual que nos acerca de nuevo a la transcreación.

En cuanto a la localización, autores como Quirion (2003), Wright (2004), Folaron (2006), y Jiménez-Crespo (2013 y 2015) han tratado el modelo de competencias del traductor-localizador. A continuación, se describirán someramente sus modelos, con el objetivo de extraer sus puntos comunes.

Quirion (2003), hace más de una década, ofreció un modelo para programas universitarios en el que la competencia en localización se dividía en seis componentes:

- Saber traducir para realizar la transferencia lingüística;
- Capacidad de adaptación para que el texto meta parezca producido originalmente en la lengua meta;
- Dominio de las etapas del proceso de localización (por ejemplo: verificación de la internacionalización, establecimiento de la terminología, control de calidad, etc.);
- Dominio de las herramientas informáticas imprescindibles;
- Habilidades de gestión de proyecto;
- Capacidad de reflexión sobre la sociedad en general y la localización en particular.

Wright (2004 *apud* Jiménez-Crespo) habló también de un modelo para la competencia en localización basado en una encuesta a miembros de la LISA (Localization Industry Standards Association). En su modelo, ponía especial énfasis en el conocimiento de herramientas y procesos tecnológicos como los elementos más deseables de la competencia en localización, aunque incluía además la traducción y el conocimiento transcultural como parte del modelo.

Folaron (2006) propuso tres grandes competencias en localización que abarcaban una gran variedad de subcompetencias. En primer lugar, dentro de la «Competencia 1: Gestión» se incluían desde conocer los componentes de un proyecto de localización, identificar tareas y problemas y proponer soluciones, hasta aplicar controles de calidad. En segundo lugar, la «Competencia 2: Tecnología» hacía referencia a la gestión de datos, a las herramientas necesarias, al conocimiento de herramientas TAO o al conocimiento de las convenciones del *locale*, entre otros. Finalmente, la «Competencia 3: Lengua-Cultura» abarcaba la comprensión de las lenguas y culturas de trabajo, además de la comprensión de la globalización económica propiciada por las TIC.

Jiménez-Crespo (2015) define la competencia en localización (*localization competence*) como la adquisición no solo de habilidades tecnológicas, sino también de un conocimiento bilingüe, pragmático y discursivo de los géneros y textos de la web. Este mismo autor utiliza el modelo del grupo PACTE (2005) para aplicarlo a la localización, y obtener así un perfil de las competencias del localizador. Según Jiménez-Crespo (2013) la competencia en localización estaría formada por estas cuatro subcompetencias: subcompetencias instrumentales-tecnológicas, subcompetencias de conocimientos de traducción-localización, subcompetencias especializadas bilingües y extralingüísticas, subcompetencia estratégica.

Todos los autores anteriores y sus modelos tienen en común la distinción entre las competencias lingüísticas, culturales, tecnológicas y estratégicas que debe tener un localizador. Todos ellos, de forma implícita o explícita, incluyen la competencia traductora dentro de la competencia localizadora. De este modo, parece inferirse que es necesario adquirir la competencia en traducción para adquirir la competencia en localización.

Otra traducción especializada es la posesición, la edición de segmentos obtenidos por traducción automática (Sánchez-Gijón, 2016). Se trata de una actividad que apareció con fuerza hace algunos años y que es una prueba más de como las nuevas tecnologías llevan a la creación de nuevos perfiles profesionales en el mundo de la traducción.

Puesto que la transcreación y la posesición derivan de la traducción, comparten muchas competencias comunes. Es más, los requisitos para la posesición estipulados en la norma ISO 18587:2017 (AENOR, 2017), son los mismos que para la traducción humana recogidos en la norma ISO 17100:2015 (AENOR, 2016): competencia traductora, competencia lingüística y textual, competencia de investigación/minería de información, competencia cultural, competencia técnica y competencia en el ámbito específico (Yamada, 2019). Por lo tanto, se observa que la posesición, como actividad íntimamente ligada a la traducción, también puede ayudar a completar el perfil profesional para la transcreación.

Por ejemplo, Nitzke, Hansen-Schirra, & Canfora (2019) proponen las siguientes competencias principales: competencia de evaluación de riesgos, competencia estratégica, competencia de asesoramiento y competencia de servicios.

Antes se ha mencionado que uno de los principales ámbitos en los que encontramos la práctica de la transcreación es la publicidad. Cuando se traducen (o transcreen) textos publicitarios el texto producido debe ser tan ingenioso como el original y ser coherente con una estrategia de publicidad concreta (Benetello, 2016). Esto implica que los transcreadores deben adquirir habilidades de *copywriting*. Se entiende como *copywriting* la escritura creativa con propósitos promocionales (Morón-Martín & Calvo-Encinas, 2018). Por tanto, los transcreadores deben adquirir competencias de escritura creativa, además de conocimientos publicitarios.

En referencia a la traducción publicitaria, Vandal-Sirois (2015) defiende que los traductores publicitarios deben tener en cuenta principios de psicología, antropología, sociología, comercio, *marketing* y consumo a la hora de dedicarse a esta tarea. Además, el autor apunta a que los traductores publicitarios, para desarrollar su tarea, deben poseer conocimientos y aptitudes en redacción publicitaria, contar con los recursos necesarios para comprender el mensaje original y conocer el contexto comunicacional (el medio de comunicación, el público meta, etc.) y la identidad del anunciante.

Estas competencias que define Vandal-Sirois para la traducción publicitaria entroncan perfectamente con las competencias para la transcreación en el contexto de la publicidad y el *marketing*.

### **4.3. Competencias para la transcreación**

Tras la anterior recopilación de estudios sobre competencias en traducción y otros campos afines a la transcreación se ha elaborado una selección de competencias que podrían completar el perfil profesional para la transcreación. Estas competencias se han clasificado siguiendo los criterios del *Libro Blanco* de la ANECA (2004): competencias transversales instrumentales, competencias transversales personales, competencias transversales sistémicas, otras competencias transversales y competencias específicas. Se

trata de un modelo que recoge tanto competencias específicas de la traducción como competencias transversales de otros campos afines. En las Tablas 1, 2, 3, 4 y 5 están recogidas las competencias seleccionadas:

<b>Competencias transversales instrumentales</b>	<b>Fuentes</b>
Comunicación oral y escrita en la lengua propia	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008)
Conocimiento de una 2ª lengua extranjera	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008)
Capacidad de organización y planificación	ANECA (2004), Álvarez-Flores, <i>et al.</i> (2018)
Capacidad de análisis y síntesis	ANECA (2004)
Capacidad de gestión de la información	ANECA (2004)
Toma de decisiones	ANECA (2004)
Conocimiento y gestión de fuentes de documentación y dominio de las TIC	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008), Jiménez-Crespo (2013), Nitzke <i>et al.</i> (2019), Yamada (2019), López-Vidales & González-Aldea (2014), López-García <i>et al.</i> (2017), Gertrudis-Casado <i>et al.</i> (2016)
Capacidad de resolución de problemas	PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008), Folaron (2006), Jiménez-Crespo (2013)
Habilidades de redacción y escritura	López-García <i>et al.</i> (2017), Gertrudis-Casado <i>et al.</i> (2016)
Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio	ANECA (2004), Quirion (2003)

**Tabla 2: Competencias transversales instrumentales**

<b>Competencias transversales personales</b>	<b>Fuentes</b>
Compromiso ético	ANECA (2004)
Razonamiento crítico	ANECA (2004)
Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad	ANECA (2004)
Habilidades en las relaciones interpersonales	ANECA (2004), Kelly (2008)
Trabajo en un contexto internacional	ANECA (2004)
Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar	ANECA (2004)
Desarrollo de componentes actitudinales y cognitivos	PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008)
Capacidad de trabajo en equipo	ANECA (2004), Kelly (2008), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
Capacidad de evaluación de riesgos y de negociación con el cliente	Nitzke <i>et al.</i> (2019), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)

**Tabla 3: Competencias transversales personales**

<b>Competencias transversales sistémicas</b>	<b>Fuentes</b>
Motivación por la calidad	ANECA (2004), Quirion (2003), Folaron (2006)
Aprendizaje autónomo	ANECA (2004)
Adaptación a nuevas situaciones	ANECA (2004)
Iniciativa y espíritu emprendedor	ANECA (2004)
Liderazgo	ANECA (2004)

Sensibilidad hacia temas medioambientales	ANECA (2004)
Conocimiento de otras culturas y costumbres	ANECA (2004), Wright (2004), PACTE (2005), Folaron (2006), Kelly (2008), Kurpis & Hunter (2017), Yamada (2019)
Creatividad	ANECA (2004), Ortiz García (2016), Hewson (2017), Mayoral Asensio (2002), Benetello (2016), Davis (2010), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
<b>Tabla 4: Competencias personales sistémicas</b>	

Otras competencias transversales	Fuentes
Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica	ANECA (2004)
Capacidad de trabajo individual	ANECA (2004)
Diseño y gestión de proyectos	ANECA (2004), Kelly (2008), Quirion (2003), Folaron (2006), Jiménez-Crespo (2013)
<b>Tabla 5: Otras competencias transversales</b>	

Competencias específicas	Fuentes
Dominio de lenguas extranjeras	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008), Folaron (2006), Wright (2004), Jiménez-Crespo (2013), Vandal-Sirois (2015), Nitzke <i>et al.</i> (2019), Yamada (2019), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018), Kurpis & Hunter (2017)
Conocimiento de culturas y civilizaciones extranjeras	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008), Folaron (2006), Wright (2004), Jiménez-Crespo (2013), Vandal-Sirois (2015), Nitzke <i>et al.</i> (2019), Yamada (2019), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018), Kurpis & Hunter (2017)
Dominio de técnicas y terminología de la traducción especializada	ANECA (2004)
Dominio de herramientas informáticas útiles para la traducción	ANECA (2004), Kelly (2008), Mayoral Asensio (2002), Quirion (2003), Wright (2004), Folaron (2006), Jiménez-Crespo (2013), Yamada (2019), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
Dominio de herramientas informáticas de edición de imagen y vídeo	Mayoral Asensio (2002), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
Dominio de técnicas de traducción asistida/localización	ANECA (2004)
Conocimientos de la propia profesión y el mercado profesional	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015), Kelly (2008), Quirion (2003), Jiménez-Crespo (2013), Nitzke <i>et al.</i> (2019), Yamada (2019), López-Vidales & González-Aldea (2014)
Bagaje de conocimientos sobre el mundo en general	ANECA (2004), PACTE (2005), Hurtado Albir (2015)
Conocimientos de <i>marketing</i>	Mayoral Asensio (2002), Vandal-Sirois (2015), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
Perfil polifacético, con características de otras profesiones	Mayoral Asensio (2002), Álvarez-Flores <i>et al.</i> (2018)
<b>Tabla 6: Competencias específicas</b>	

## 5. Conclusiones

Tras la revisión realizada en este trabajo, se ha llegado a definir un conjunto de competencias transversales y específicas necesarias para llevar a cabo procesos de transcreación. Se trata de una lista que recoge competencias de ámbitos muy diversos. Puesto que la transcreación está íntimamente ligada a la traducción, la mayoría de las competencias recogidas en la lista proceden de la traducción general, y de otras traducciones especializadas, como la traducción literaria, la traducción audiovisual, la localización, la posesición y la traducción publicitaria. Dado que una de las características principales de la transcreación es la transdisciplinariedad, en la lista se encuentran competencias de campos como el *copywriting*, la publicidad, el *marketing*, la comunicación o el periodismo.

Esta lista de competencias, cuando sea refutada y validada por expertos, será una muestra de que los nuevos perfiles que aparecen en el mercado de la traducción tienden a ser polifacéticos y transdisciplinares. Por este motivo, se hace necesario adaptar los planes de estudio de los grados en Traducción e Interpretación para adaptarlos a la nueva realidad del mundo profesional.

La formación de futuros transcreadores no solo diversificará las salidas profesionales de los futuros egresados, facilitándoles la entrada en el mercado laboral, sino que mejorará de forma indirecta la calidad de los productos transcreados. Esta mejora beneficiará tanto a los profesionales como a sus potenciales clientes.

En definitiva, la transcreación es una prometedora rama de estudio que seguirá dando frutos en los próximos años y es necesario investigar tanto en el aspecto didáctico de la transcreación, como en la identificación de los métodos y procesos que forman parte de ella.

## 6. Futuras líneas de investigación

Las investigaciones sobre didáctica de la transcreación todavía escasean a día de hoy. Por eso, este trabajo pretende dar inicio a una serie de investigaciones acerca de las competencias, transversales y específicas, necesarias para ejercer esta novedosa actividad profesional. Tras esta revisión bibliográfica y recopilación de resultados, las investigaciones futuras sobre este tema deben seguir la línea de la validación empírica de un modelo de competencias que pueda aplicarse a los estudios superiores en Traducción e Interpretación e incluirse en un plan de estudios.

## 7. Referencias bibliográficas

- AENOR. (2016). UNE-EN ISO 17100:2015: Servicios de traducción. Requisitos para los servicios de traducción. Obtenido de <http://www.aenor.es/>
- AENOR. (2017). UNE-EN ISO 18587:2017: Translation services — Post-editing of machine translation output — Requirements. Obtenido de <https://www.aenor.com/normas-y-libros/buscador-de-normas/iso/?c=062970>
- Álvarez-Flores, E. P., Núñez-Gómez, P., & Olivares-Santamarina, J. P. (2018). Perfiles profesionales y salidas laborales para graduados en Publicidad y Relaciones

- Públicas: de la especialización a la hibridación. *El Profesional de la Información*, 27(1), 136-147.
- ANECA. (2004). *Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación*. Agenica Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. Obtenido de [http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco\\_traduc\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco_traduc_def.pdf)
- Benetello, C. (2016). Transcreation as creation of a new original: A Norton™ case study. En M. De Meo, E. Di Martino, & J. Thornborrow (Edits.), *Creativity in Translation/ Interpretation and Interpreter/Translator Training* (págs. 257-260). Ariccia: Aracne.
- Benetello, C. (2018). When translation is not enough: Transcreation as a convention-defying practice. A practitioner's perspective. *Journal of Specialised Translation*, 29, 28-43.
- Calvo-Encinas, E. (2017). Servicios de valor añadido en contextos situacionales en Traducción: de los proyectos al portafolio. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 11(2), 136-154.
- Cobo, C. (2016). *La Innovación Pendiente. Reflexiones (y Provocaciones) sobre educación, tecnología y conocimiento*. Montevideo: Colección Fundación Ceibal/Debate.
- Fernández Rodríguez, M. A. (2019). Transcreación: Retórica cultural y traducción publicitaria. *Castilla. Estudios de Literatura*, 10, 223-250.
- Folaron, D. (2006). A discipline coming of age in the digital age. En K. J. Dunne, *Perspectives on localization* (págs. 195-219). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Gaballo, V. (2012). Exploring the boundaries of transcreation in specialized translation. *ESP Accross Cultures*, 9, 95-113.
- Gertrudis-Casado, M.-C., Gértrudix-Barrio, M., & Álvarez-García, S. (2016). Competencias informativas profesionales y datos abiertos. Retos para el empoderamiento ciudadano y el cambio social. *Comunicar*, XXIV(47), 39-47. doi:10.3916/C47-2016-04
- Hewson, L. (2017). Les paradoxes de la créativité en traduction littéraire. *Meta*, 62(3), 501-520.
- Hurtado Albir, A. (2015). The Acquisition of Translation Competence. Competences, Tasks, and Assessment in Translator Training. *Meta*, 60(2), 256-280. Obtenido de <https://doi.org/10.7202/1032857ar>
- Jiménez-Crespo, M. Á. (2013). *Translation and Web Localization*. New York: Routledge.
- Jiménez-Crespo, M. Á. (2015). The Internet in translation education. Two decades later. *Translation and Interpreting Studies*, 10(1), 33-57.

- Kampylis, P., Law, N., Punie, Y., Bocconi, S., Brecko, B., Han, S., Looi, C. K., Miyake, N. (2013). *ICT-enabled innovation for learning in Europe and Asia. Exploring conditions for sustainability, scalability and impact at system level*. Sevilla: Publications Office of the European Union.
- Kelly, D. (2008). Realismo profesional y progresión pedagógica: una propuesta de criterios para la selección de materiales para la formación de traductores. *TRANS. Revista de Traductología*, 12, 247-258.
- Kong, S. C. (2014). Developing information literacy and critical thinking skills through domain knowledge learning in digital classrooms: An experience of practicing flipped classroom strategy. *Computers & Education*, 78, 160-173. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2014.05.009>
- Kurpis, L. H., & Hunter, J. (2017). Developing Students' Cultural Intelligence Through an Experiential Learning Activity: A Cross-Cultural Consumer Behavior Interview. *Journal of Marketing Education*, 39(1), 30-46. doi:10.1177/0273475316653337
- López-García, X., Rodríguez-Vázquez, A.-I., & Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, XXV(53), 81-90. doi:10.3916/C53-2017-08
- López-Vidales, N., & González-Aldea, P. (2014). Audioblogs y Tvblogs, herramientas para el aprendizaje colaborativo en Periodismo. *Comunicar*, XXI(42), 45-53. doi:10.3916/C42-2014-04
- Mayoral Asensio, R. (2002). Nuevas perspectivas para la traducción audiovisual. *Sendebar: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación*(13), 123-140.
- Morón-Martín, M., & Calvo-Encinas, E. (2018). Introducing transcreation skills in translator training contexts: A situated project-based approach. *The Journal of Specialised Translation*, 126-148.
- Morón-Martín, M. (2017). Del «texto» al «contexto» en la traducción comercial: bases de un modelo para la transversalidad de la traducción. *Sendebar*(28), 95-112.
- Nitzke, J., Hansen-Schirra, S., & Canfora, C. (2019). Risk management and post-editing competence. *Journal of Specialised Translation*(31), 239-259.
- Ortiz García, J. (2016). La enseñanza de la traducción literaria en el ámbito universitario: propuestas metodológicas y formativas. *Estudios de Traducción*, 6, 195-209.
- PACTE. (2003). Building a Translation Competence Model. En F. Alves (Ed.), *Triangulating Translation: Perspectives in Process Oriented Research* (págs. 43-66). Amsterdam: Benjamins.
- PACTE. (2005). Investigating Translation Competence: Conceptual and Methodological Issues. *Meta*, 50(2), 609-619. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/137444>
- Pedersen, D. (2014). Exploring the concept of transcreation - transcreation as 'more than translation'? *Cultus: The Journal of Intercultural Mediation and Communication*, 27, 57-71.

- Pedersen, D. (2017). Managing transcreation projects. An ethnographic study. *Translation Spaces*, 6(1), 44-61.
- Quirion, J. (2003). La formation en localisation à l'université: pour quoi faire? *Meta*, 48(4), 546-558. Obtenido de <https://doi.org/10.7202/008725ar>
- Ramírez Delgado, C. (2017). Estudio de la calidad de la localización de un corpus de sitios web corporativos de la industria agroalimentaria andaluza (AGROCORP): hacia un concepto de pérdida en localización web. *Tesis doctoral*. Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- Ramírez Pereda, L., & Varela Salinas, M. J. (2017). Traducción y optimización en buscadores (SEO): de la traducción a la transcreación. *Sendeban*(28), 261-283.
- Robert, I. S., Remael, A., & Ureel, J. J. (2017). Towards a model of translation revision competence. *The Interpreter and Translator Trainer*, 11(1), 1-19. doi:10.1080/1750399X.2016.1198183
- Robinson, B. J., Olvera-Lobo, M. D., & Gutiérrez-Artacho, J. (2016). After Bologna: Learner- and competence-centred translator training for “digital natives”. En C. Martín de León, & V. González-Ruiz, *From the Lab to the Classroom and Back Again: Perspectives on Translation and Interpreting Training. New Trends in Translation Studies Series* (págs. 325-359). Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Sánchez-Gijón, P. (2016). La posesición: hacia una definición competencial del perfil y una descripción multidimensional del fenómeno. *SENDEBAR, Revista de Traducción e Interpretación*, 151-162.
- Vandal-Sirois, H. (2015). Le traducteur et ses cibles : lectures analytique et empathique en adaptation publicitaire. *Meta*, 60(1), 3-17.
- Wright, S. (2004). Localization Competence for Translation and Project Management. En E. Fleischmann, P. Schmitt, & G. Wotjak, *Translationkompetenz* (págs. 581-595). Tübingen: Stauffenburg.
- Yamada, M. (2019). The impact of Google Neural Machine Translation on Post-editing by student translators. *Journal of Specialised Translation*(31), 87-106.

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo ha contado con el apoyo del Programa de Formación del Profesorado Universitario FPU18/02698 (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), del Proyecto de Innovación Docente COMTRANSTI de la Universidad de Granada y del Proyecto de I+D+i RTI2018.093348.B.I00 (Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades), financiado parcialmente por el programa FEDER de la Unión Europea y la Agencia Estatal de Investigación (AEI).