

La traduzione giusta e come fare per ottenerla



Guida alla traduzione corretta

Sempre pronta a sostenere le esperienze internazionali volte alla diffusione delle migliori condizioni di lavoro, AITI ha voluto condividere l'iniziativa delle tante associazioni europee che hanno tradotto e fatto propria questa utile pubblicazione.

Pensata e scritta da una traduttrice, la guida è rivolta in particolare ai committenti che vogliono ottenere la massima efficacia dal lavoro del professionista a cui affidano il compito delicato di una corretta comunicazione.

Alla formazione permanente del traduttore viene così affiancata la formazione del committente nell'intento di orientarlo verso scelte consapevoli, per distinguere tra traduzioni valide e meno valide, tra condizioni di lavoro ragionevoli e improponibili, tra l'utilità di collaborare con il professionista e i rischi del "fai da te".

Commissionare una traduzione può rivelarsi un'impresa tutt'altro che facile per chi non è del mestiere, tuttavia, grazie ai consigli qui riportati l'esperienza potrà risultare più semplice, permettendo di sfruttare al meglio il budget a disposizione.

Qual è la differenza tra un traduttore e un interprete?

Potremmo semplificare dicendo che il *traduttore* scrive e l'*interprete* parla.

È necessario rivolgersi a un *traduttore* per qualsiasi documento scritto, per esempio un manuale d'uso destinato al mercato tedesco, una campagna pubblicitaria in Argentina o ancora una relazione scritta in cinese che vi è arrivata dalla nuova filiale di Shanghai e che dovete leggere e capire.

È necessaria la presenza di un *interprete* per interloquire con persone che parlano un'altra lingua, per esempio in occasione di una visita guidata con ospiti messicani, di un consiglio di amministrazione in Giappone, di un incontro scuola-famiglia con un nucleo familiare appena arrivato dalla Somalia.

È proprio necessario tradurre tutto?

Aniché tradurre integralmente centinaia e centinaia di pagine, scegliete insieme al committente e all'ufficio vendite quali informazioni siano davvero necessarie. In genere è possibile effettuare tagli drastici, saltando per esempio l'elenco dei reparti dell'azienda che hanno contribuito al successo del prodotto. Ai clienti e ai partner stranieri tali dati non interessano anzi, possono trasmettere un'immagine troppo autoreferenziale, se non addirittura arrogante, della vostra azienda.

- Un'azienda francese ha ridotto un manuale per l'utenza da 500 a 230 pagine grazie al parere di un traduttore esperto.
- Un agente di brevetti californiano si rivolge regolarmente a un traduttore specializzato che scorre e riassume a voce il contenuto dei brevetti redatti in lingua giapponese; cliente e traduttore decidono poi insieme quali documenti sia opportuno tradurre integralmente.



Fate tradurre solo le parti salienti di un documento o una sintesi della vostra documentazione.

Un'immagine vale mille parole

Alleggerite il testo scritto

In un testo rivolto a un pubblico internazionale, l'uso accorto di mappe, simboli e grafici può essere molto più efficace di complicati esercizi letterari e descrizioni ipertecniche. Semplificherete il lavoro al traduttore, riducendo inoltre il rischio di interpretazioni errate di precisi termini tecnici e probabilmente il costo della traduzione sarà inferiore.

- **IKEA, il gigante svedese dell'arredamento, è presente con 316 punti vendita in 38 paesi, per un totale di 25 lingue diverse. I clienti vengono guidati nell'assemblaggio dei prodotti quasi soltanto da disegni non corredati da testi scritti. L'80% delle istruzioni è costituito da sole figure e il restante 20% riguarda essenzialmente le avvertenze di sicurezza.**
- **Ogni anno, più di 67 milioni di viaggiatori provenienti da tutto il mondo si spostano attraverso i 5 terminal dell'aeroporto londinese di Heathrow seguendo esclusivamente simboli grafici concepiti per essere compresi con facilità da tutti.**



Le parole vanno usate solo quando è davvero necessario ovvero quando rappresentano il mezzo più efficace per trasmettere il messaggio.

Pensare e scrivere per un pubblico internazionale

Evitate i modi di dire legati al vostro paese, i riferimenti allo sport nazionale, alla cultura e alla letteratura, le metafore letterarie: possono rivelarsi del tutto inefficaci. Massima cautela nei riferimenti alle parti anatomiche che in altre culture possono essere viste in modo diverso.

Siate cauti con le immagini che oltre confine possono non avere lo stesso potere evocativo e che costringerebbero il traduttore a ricorrere a giri di parole e spiegazioni goffe e tediose.

Un'azienda francese aveva incentrato la sua brochure sul numero "5": cinque settori di specializzazione, cinque ragioni per contattarli, presenza in cinque continenti. Peccato che in inglese si parli di sei (se non di sette) continenti.

 **Non c'è nulla di male a conservare un po' di colore locale, ma verificate con i vostri consulenti linguistici che il testo adattato non perda efficacia. Nei documenti scritti, accertatevi che prima dei numeri di telefono e di fax venga sempre inserito il prefisso internazionale.**

Quanto verrà a costare?

I costi delle traduzioni possono variare moltissimo ed è bene sapere che, mentre una tariffa elevata non garantisce necessariamente una traduzione di alta qualità, al di sotto di una determinata soglia di prezzo è assai improbabile che il testo tradotto faccia onore alla vostra azienda e ai suoi prodotti. Non aspettatevi che un traduttore pagato poco più di una baby-sitter sia in grado di seguire la vostra azienda con l'attenzione che merita.

Siate realisti. Quante pagine può produrre un traduttore in un'ora? Quanto tempo gli occorre per preparare il testo che promuoverà il vostro prodotto o servizio? Quanto tempo ci hanno messo i vostri collaboratori a scrivere l'originale?

Quando scegliete un traduttore, calcolate quanto tempo avete impiegato a sviluppare il prodotto o il servizio che desiderate promuovere all'estero. Se non potete permettervi un traduttore professionista, forse non siete ancora pronti per il mercato internazionale.

 **I professionisti della traduzione hanno certo il loro prezzo, ma possono farvi risparmiare ore di lavoro e offrire un prezioso valore aggiunto nelle varie fasi: scelta del traduttore, gestione del progetto, controllo della qualità, conversione dei file, veste grafica uniforme dei progetti multilingue e così via.**

Quanto conta lo stile?

Alcune traduzioni sono di fatto inutilizzabili.

Eccone un esempio. In quella che viene definita la “lista dei features” di un software per realizzare tutorial si legge:

- Effetti rollover e rubber (consente di trarre l'attrazione su parti della diapositiva)
- Il tipo di scrittura, la grandezza e la modificazione è adatto
- Può aggiungere oggetti senza limite su una diapositiva

Spesso si tratta di traduzioni generate da appositi software e poi non revisionate, oppure del prodotto di traduttori improvvisati e non madrelingua che si arrabbattono alla bell'e meglio, annaspando tra libri di grammatica e dizionari e ottenendo risultati più esilaranti che informativi. Esistono poi traduzioni corrette dal punto di vista del contenuto ma poco leggibili, perché le frasi non scorrono come dovrebbero e l'ordine o la scelta dei termini sono troppo influenzati dall'originale. Non sono particolarmente efficaci come strumenti di marketing, ma possono fornire sufficienti informazioni ai lettori che già conoscono l'argomento o che sono in grado, o hanno il tempo, di leggere fra le righe.



Spiegate bene al traduttore, e per iscritto, cosa volete.

La traduzione di servizio è una traduzione corretta ma di stile non particolarmente curato. In genere richiede meno tempo ed è più economica della traduzione destinata alla pubblicazione.

Quasi sempre, però, è inadeguata se l'obiettivo è avere un testo che sia più di un canovaccio e che consenta invece di vendere o persuadere i propri clienti, o quando si vuole promuovere la propria immagine.

Resistere alla tentazione di “fare da sé”

Scrivere e parlare sono due cose diverse. La padronanza della lingua parlata non garantisce uno stile di scrittura altrettanto apprezzabile. Anche se utilizzate abitualmente una lingua straniera per lavoro e trascorrete lunghi periodi all'estero, nel 99% dei casi le frasi che metterete per iscritto potranno risultare maldestre. È un problema? Dipende dall'utilizzo che ne volete fare.

Clamorosa la gaffe di un telegiornale italiano che ha tradotto lo slogan di una nota carta di credito “Not having to figure out Italian for ‘I can't pay you now'... priceless” con “poter evitare di fare gli italiani per dire ‘ora non posso pagare'... non ha prezzo” quando invece era un semplice invito a usare la carta e non dover pensare a come si dice in italiano “non ho contanti”. Una bella differenza!

 **Se tenete alla vostra immagine internazionale, probabilmente otterrete risultati più soddisfacenti facendo molta attenzione alle diversità culturali. L'uso maldestro o sciatto della lingua locale da parte di uno straniero risulta più offensivo che divertente.**

Prima la stesura definitiva, poi la traduzione

Avete urgenza di avere i testi tradotti? Il grafico vi mette fretta? Non dimenticate che far lavorare i traduttori su versioni provvisorie finisce quasi sempre per essere più dispendioso in termini di tempo, quindi più costoso (e probabilmente più faticoso) che aspettare la versione definitiva. Inoltre, più versioni circolano, più aumenta il rischio di errori nella versione finale.

 **Talvolta non si ha scelta e le scadenze sono così serrate che il lavoro di traduzione deve cominciare prima che sia pronto il testo originale definitivo. In questi casi, controllate che ogni versione riporti data e ora e che le modifiche siano chiaramente segnalate al traduttore.**

E i programmi di traduzione automatica?

Se avete tempi molto stretti e volete farvi un'idea del contenuto di un documento per uso interno, può essere utile ricorrere alla traduzione automatica. È certamente una soluzione rapida e i programmi gratuiti non mancano, anche se spesso le traduzioni fornite sono piuttosto scorrette. Per questo, come regola generale, non utilizzate la traduzione automatica non revisionata da un traduttore professionista per i documenti da pubblicare: correreste il rischio di danneggiare gravemente la vostra immagine a livello internazionale.

Ecco come un sito pubblicizza in rete alcuni prodotti per la cura delle unghie (in inglese, "nail" significa sia "unghia" sia "chiodo"): salute, bellezza ed estetica: cura del chiodo. Non c'è che dire... roba da chiodi!



Alcune società di traduzione hanno sviluppato software specifici per determinate combinazioni linguistiche e specializzazioni; il loro prodotto è senz'altro migliore di quello ottenibile con qualsiasi "pacchetto" standard, ma non è gratuito e, richiede comunque l'intervento di un revisore.

Il Wall Street Journal ha verificato il funzionamento di due programmi di traduzione automatica disponibili gratuitamente online, giungendo alla seguente conclusione: "Sono programmi che possono andare bene al massimo per chi viaggia o deve tradurre la lettera di un lontano parente, ma non possiamo certo consigliarli a un'azienda o quando è richiesto un seppur minimo livello di accuratezza."

(A Closer Look)

Dite al traduttore a chi è destinato il testo

Un discorso non è un sito Internet. Una brochure di vendita non è la pagina di un catalogo. Il titolo di un grafico non è un cartello stradale. Un articolo di giornale non è un capitolato d'appalto.

In una traduzione, lo stile, le scelte lessicali, la struttura e la lunghezza delle frasi variano a seconda dell'uso cui è destinato il testo e dell'obiettivo che si desidera raggiungere. Un traduttore professionista vi chiederà queste informazioni: è bene essere pronti a fornire risposte adeguate.

Uno stretto rapporto di collaborazione con il vostro traduttore o con un team di traduttori vi permetterà di ottenere migliori risultati. L'efficacia del testo prodotto è direttamente proporzionale alla durata del rapporto di collaborazione e alla conoscenza della vostra filosofia aziendale.



Fornite al traduttore tutte le informazioni possibili sul testo, per consentirgli di redigere una versione che produca l'effetto desiderato sul destinatario.

Insegnanti e professori: un rischio calcolabile?

Molte aziende alle prese con un testo in lingua straniera si rivolgono per prima cosa alla facoltà di lingue dell'università o a qualche insegnante. È una scelta che può funzionare per la traduzione di un documento a uso interno (quando per intenderci, è sufficiente capire il senso generale del testo) ma può rivelarsi **molto** rischiosa per i testi promozionali.

Insegnare una lingua straniera è un'attività impegnativa, richiede un insieme di competenze specifiche che tuttavia raramente coincidono con quelle necessarie per eseguire traduzioni scorrevoli e stilisticamente adeguate. Se poi, nel tentativo di risparmiare, vi rivolgerete a uno studente di traduzione, correrete rischi ancora maggiori.



Accettereste che gli studenti di medicina eseguissero piccoli interventi chirurgici per mantenersi agli studi? Ve la sentireste di definire "lavoretti" una brochure, una lettera importante o la relazione annuale della vostra azienda, per non parlare del vostro intervento a una conferenza internazionale? Affidereste a un gruppo di studenti di economia e commercio la preparazione del bilancio e del conto economico della vostra impresa per risparmiare?

Il traduttore professionista lavora verso la propria lingua madre

La traduzione del vostro catalogo in tedesco o in russo è lavoro per un madrelingua tedesco o russo. Un traduttore professionista italiano traduce dalla lingua straniera nella propria lingua madre: l'italiano, appunto. Forse questo principio di base non è sempre ovvio per chi commissiona una traduzione, ma se a trascurarlo è il traduttore, rischiate di ricevere un servizio qualitativamente scadente.

D'accordo, le eccezioni esistono, ma non sono frequenti. Se il fornitore che avete contattato sostiene di essere in grado, chiedetegli di visionare qualche lavoro svolto.

Se la traduzione è effettivamente accurata e scorrevole e se il traduttore garantisce la stessa qualità anche per il vostro testo, vale la pena di provare. A volte un traduttore particolarmente esperto in una materia è disposto a lavorare anche verso la lingua straniera. In quel caso, prima di andare in stampa, la traduzione deve essere accuratamente rivista da un madrelingua con una buona sensibilità linguistica. Una rapida occhiata di controllo non basta.



I traduttori che vivono lontani dal loro paese d'origine perdono il contatto con la lingua madre? Forse nella fascia bassa di mercato. Per un vero professionista, tuttavia, è un dovere mantenere aggiornate le proprie conoscenze linguistiche, sempre e ovunque.

Che lingua parlano i vostri lettori?

Spagnolo per clienti di Madrid o di Città del Messico? Inglese britannico o americano? Chiedete ai vostri partner stranieri qual è la variante richiesta.

Anche il registro è importante. Tedesco destinato ai medici e al personale sanitario o ai pazienti? Vendete lamette da barba al consumatore medio o fondi di investimento a finanziarie con sede in Lussemburgo?



Parlate la lingua dei vostri lettori. Mettetevi nei loro panni e concentratevi su come servirli al meglio con i vostri prodotti e servizi. Siate precisi e concreti. Il principio vale, ovviamente, non soltanto per le traduzioni, ma anche per i testi promozionali in lingua originale.

Il traduttore vi fa delle domande? Splendido!

Nessuno analizza il vostro testo più accuratamente di un traduttore. Per questo è probabile che si accorga della presenza di passaggi confusi che devono essere esplicitati meglio. È una fortuna: in questo modo potete, ove necessario, migliorare l'originale.

“Prima di andare in stampa con l'originale francese, cerchiamo sempre di aspettare i testi tradotti”, spiega il responsabile degli studi economici di una grande banca parigina. “Il motivo è semplice: i nostri traduttori seguono da vicino gli argomenti che ci riguardano e il loro occhio clinico ci aiuta a individuare i punti deboli dell'originale.”



Il traduttore ideale prima smonta completamente le frasi dell'originale, poi le ricostruisce nell'altra lingua e se ha dei dubbi, vi farà delle domande.

Più il testo è tecnico, più è importante che il traduttore conosca a fondo l'argomento

Se chiedete a cinque persone diverse che parlano la stessa lingua di descrivere un prodotto in mezza pagina partendo da una serie di semplici informazioni, riceverete cinque testi diversi, alcuni più chiari e scorrevoli di altri. Probabilmente chi conosce l'argomento produce i testi migliori. Lo stesso vale per la traduzione.

Se possibile, cercate sempre di conoscere le persone che si occuperanno materialmente della traduzione, non fermatevi ai responsabili di progetto. E fate in modo che anche i traduttori abbiano la possibilità di conoscere voi.



Parlate con i traduttori. I traduttori devono dimostrare di sapersi muovere con disinvoltura nei settori e nei campi in cui traducono. Se così non fosse, cambiate fornitore. I traduttori non devono imparare un argomento a vostre spese, a meno che non abbiate preso precisi accordi a riguardo.

Il tocco finale: chiedere al traduttore di rivedere l'impaginato

Non fate eccezioni. Anche se la procedura che seguite è più che consolidata, anche se i traduttori sono affidabili e conoscono la vostra azienda da cima a fondo, l'inserimento di modifiche dell'ultimo minuto (titoli, didascalie, ordine delle parole, ecc.) da parte di persone senza adeguate competenze linguistiche, seppur animate dalle migliori intenzioni, può vanificare l'efficacia di un testo ben scritto.

È così facile fare errori: togliere la s dalla parola "Headquarters" perché "abbiamo un'unica sede", oppure aggiungere la s a "Information" perché le informazioni sono più di una vuol dire inserire in un testo veri e propri strafalcioni!

 Fate ricontrollare le ultime modifiche da una persona madrelingua dotata di sensibilità linguistica. Per lo stesso motivo, non concordate mai telefonicamente le ultime variazioni da apportare a una traduzione: il rischio di non sentire o di capire male è molto elevato.

Ogni lingua ha le proprie convenzioni tipografiche

Molti sembrano ignorare questa regola o non darle molto peso. Spesso "rimaneggiano" i testi in lingua straniera in modo che rispondano alle convenzioni della propria.

In francese, per esempio, i due punti sono preceduti da uno spazio vuoto e le virgolette si indicano con « ». In tedesco, i sostantivi cominciano con la lettera maiuscola. A differenza dell'inglese e del tedesco, in italiano, spagnolo e francese, i giorni della settimana e i nomi dei mesi si scrivono con l'iniziale minuscola.

 Se una singola "gaffe" tipografica non è tragica, più errori di questo tipo rischiano di infastidire parecchio i lettori cui è rivolto il testo tradotto. Rispettate le convenzioni tipografiche di ogni lingua.

Essere traduttori ed essere bilingui sono due cose diverse

I traduttori professionisti sono innanzi tutto persone capaci di produrre testi chiari e scorrevoli in una lingua diversa da quella del documento originale. In genere hanno anche una buona padronanza di una o più lingue straniere. Ma, cosa ancora più importante, sanno fare da ponte tra le lingue di lavoro e trasferire con efficacia il messaggio del testo originale nella propria lingua madre, usando stile e terminologia appropriati.

Il bilinguismo è un'altra cosa. Le persone bilingui parlano correntemente due lingue ma non sempre sono in grado di trasferire le informazioni da una lingua all'altra, specie per iscritto. L'esperienza dimostra che spesso chi si definisce "bilingue" ha la tendenza a sovrastimare le proprie capacità di comunicazione.



Essere bilingui non significa di per sé essere dei professionisti della traduzione.

“Tradurre i termini tecnici non è difficile”: un mito da sfatare

In settori come la botanica o la zoologia, la terminologia scientifica è rigorosamente codificata e ha una valenza internazionale, se usata correttamente. E di solito la traduzione dell'elenco illustrato delle parti di un serbatoio in un manuale di manutenzione non richiede particolari elaborazioni linguistiche. Eppure, persino i tecnici possono inciampare quando scrivono nella propria lingua madre.

I traduttori tecnici, come del resto tutti i traduttori, hanno il compito di assicurare che il testo prodotto nella lingua di arrivo sia leggibile e scorrevole almeno quanto l'originale. A volte può persino risultare migliore, poiché passa per le mani di un secondo specialista che vi porta la propria concentrazione e competenza.

L'uso di termini tecnici non corretti è spesso il segnale che il traduttore si trova in difficoltà. Una buona soluzione consiste nel chiedere agli esperti eventuali glossari e materiali di consultazione, suggerimenti e, alla fine, una revisione.



Prima di andare in stampa, fate in modo che un traduttore professionista riveda ancora la grammatica, la sintassi, la punteggiatura e lo stile per un ultimo controllo, specialmente se la revisione tecnica è stata effettuata da esperti non madrelingua.

Come scegliere il fornitore giusto

Nulla da eccepire contro eleganti brochure patinate e strategie di vendita più o meno aggressive del potenziale traduttore, tuttavia è bene assicurarsi delle sue vere abilità.

Chiedete non solo i nomi dei clienti, ma anche esempi di traduzioni svolte e di testi che il traduttore giudica particolarmente riusciti. Se un traduttore, per esempio, si candida per realizzare la versione in lingua straniera del vostro sito web, date un'occhiata ad altri siti web sui quali ha già lavorato. Lo stesso dicasi per le traduzioni di brochure e discorsi. Sottoponete poi i campioni di traduzione a un madrelingua di fiducia (per esempio un collaboratore o un collega della filiale straniera) per avere un parere.

Se un traduttore con diversi anni di esperienza non ha lavori da mostrarvi forse fareste meglio a rivolgervi altrove.



Pubblicare il nome del traduttore non vi costerà nulla e il traduttore avrà un motivo in più per consegnarvi un lavoro di prima qualità. Se i traduttori insistono a siglare le bozze di stampa per proteggere la propria reputazione da successive modifiche o interventi, sappiate che è anche nel vostro interesse, per cui accettate senza esitazioni.

Giocate d'anticipo: se avete deciso di puntare ai mercati esteri, cominciate a cercare bravi traduttori adesso. Quando preparate i testi da tradurre, date ai traduttori tutto il preavviso possibile.

Controllate il controllabile, per esempio preparando un glossario interno (fra l'altro, è anche un ottimo modo per garantire l'uniformità dei testi originali). Lavorate insieme ai traduttori e al personale interno per realizzare una versione bilingue.

Una traduzione per ogni occasione

A cosa serve una determinata traduzione (e di quale budget disponete)? Si tratta di un testo da pubblicare? Di un semplice testo informativo, del prodotto non rielaborato di un software di traduzione automatica, del succo di un discorso?

Formulate un'ipotesi calcolando quante persone leggeranno il vostro testo (si tratta di una campagna pubblicitaria nazionale o di un promemoria interno per una decina di collaboratori?) e valutate quali conseguenze potrebbe avere una cattiva traduzione sull'immagine o sulle responsabilità legali dell'azienda.

A quel punto riconsiderate il budget.

Ogni traduzione richiede una competenza specifica.

La persona che ha svolto un eccellente lavoro sui manuali del software potrebbe non essere la più adatta a tradurre la relazione annuale di un'azienda. Il ventaglio delle specializzazioni (come ovviamente delle tariffe) è infatti molto ampio.

 **Per la pubblicità su riviste importanti o costosi cartelli segnaletici, i testi devono essere impeccabili. Per brevi comunicazioni interne all'azienda o documenti a diffusione limitata, può bastare anche una traduzione di servizio (forse anche meno costosa).**

Una partecipazione attiva garantisce un buon prodotto finale

Se investite un po' di tempo per dare istruzioni ai fornitori, non ve ne pentirete. Potrebbero bastare anche soltanto dieci minuti in più del tempo impiegato per dire alla segretaria: "Facciamolo tradurre".

Se investite quei dieci minuti per parlare con il traduttore (o anche con il responsabile di progetto), probabilmente risparmierete denaro e fatica in seguito.



AITI

Associazione Italiana Traduttori e Interpreti

www.aiti.org - segreteria@aiti.org

Titolo originale *Translation. Getting it Right. A guide to buying translation* © Chris Durban

Prima edizione italiana © AITI, 2006

Edizione aggiornata © AITI, 2013

Aggiornamento alla nuova edizione a cura di Chris Durban, 2011

Grafica di Mark Richardson



Un progetto di traduzione può naufragare per mille motivi: titoli ridicoli, ambiguità del testo originale che peggiorano nella traduzione perché il traduttore non fa domande, uso improprio della traduzione automatica, bozze non revisionate da un madrelingua, traduttori non professionisti beatamente incoscienti, mancanza di coordinamento di grandi progetti, traduttori economici ma incapaci, traduttori costosi ma ugualmente incapaci, mancanza di indicazioni da parte del cliente e via di questo passo.

Mettendo in pratica anche soltanto metà dei consigli descritti in questa guida sarà più facile ottenere la traduzione giusta.



AITI

Associazione Italiana
Traduttori e Interpreti

www.aiti.org