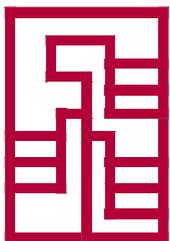


Guida all'acquisto
dei servizi di

Traduzione

Come ottenere
il prodotto
giusto





AITI

Associazione
Italiana
Traduttori e
Interpreti

*Membro della
Fédération
Internationale
des Traducteurs
F.I.T.*

www.aiti.org

Grazie a

CHRIS DURBAN, per aver autorizzato la traduzione e la pubblicazione della guida

e a

ASSICLUB s.n.c. - Aurora
Assicurazioni, Milano
per il contributo dato all'iniziativa



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".

Un altro valido strumento che AITI mette a disposizione dei propri soci e dei loro clienti per qualificare sempre più la professione e la categoria.

Per chi non ha dimestichezza con le lingue straniere, acquistare servizi di traduzione può riservare sorprese poco gradevoli.

Questa breve guida si propone di rendere l'esperienza meno stressante.

Ma va proprio tradotto?

Anziché tradurre integralmente interi documenti di centinaia di pagine, decidete con il cliente (o con i vostri collaboratori) quali informazioni sono davvero necessarie. In genere è possibile tagliare parti superflue, come preamboli autoincensanti o elenchi dei reparti e delle persone che hanno contribuito al successo del prodotto. Ai clienti e ai partner stranieri probabilmente non interessano. Anzi, possono addirittura nuocere all'azienda, connotandone l'immagine in senso narcisistico e arrogante.

Un esempio concreto: affidando a un traduttore esperto, oltre alla traduzione vera e propria, anche l'eliminazione delle ridondanze e delle sezioni non applicabili ai clienti stranieri, nel 1999 un istituto finanziario francese è riuscito a ridurre un manuale per l'utenza da 500 a 230 pagine.

Un agente di brevetti californiano sottopone preventivamente i brevetti giapponesi a un traduttore specializzato che scorre e riassume a voce la documentazione: insieme decidono poi quali documenti è opportuno tradurre integralmente.

Fate tradurre solo le parti rilevanti dei documenti, oppure preparate una sintesi, prima di passare alla traduzione.

Un'immagine vale mille parole

Alleggerite il testo scritto.

Se il testo è 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 e ridurrete il rischio di veder tradotto male un termine tecnico molto specifico. Inoltre, molto probabilmente il costo della traduzione sarà inferiore.

IKEA, il gigante svedese dell'arredamento e dell'oggettistica, gestisce 159 negozi in 29 paesi, per un totale di 17 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.

Nel 2005 l'aeroporto di Heathrow (Londra) ha movimentato tra i suoi quattro terminal oltre 67 milioni di viaggiatori provenienti da tutte le parti del mondo, utilizzando esclusivamente simboli grafici concepiti per essere compresi con facilità dal più ampio pubblico internazionale.

Usate il testo solo quando è necessario o quando rappresenta il mezzo più efficace per trasmettere il messaggio.

Che differenza c'è tra traduzione e interpretazione?

Il traduttore scrive, l'interprete parla.

Pensare e scrivere per un pubblico internazionale

Evitate i modi di dire e le metafore incomprensibili al pubblico straniero. Lo stesso vale per i riferimenti allo sport nazionale. Evitate inoltre i richiami alle parti del corpo, che in altre culture potrebbero avere significati completamente diversi.

Nei documenti scritti non costruite interi testi su immagini che all'estero potrebbero essere interpretate in modo diverso, costringendo il traduttore a ricorrere a goffi giri di parole.

Durante un incontro all'ambasciata moscovita, un famoso calciatore italiano che aveva preso qualche lezione di russo disse "ia goluboj" a un gruppo di austeri funzionari: è la traduzione letterale di "sono azzurro", peccato che in russo significhi "sono gay".

Non c'è nulla di male a conservare un po' di colore locale, ma verificate con i vostri consulenti per le lingue straniere che il testo adattato non perda efficacia. Nei documenti scritti, accertatevi che davanti ai 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 un determinato livello di prezzo è molto improbabile ricevere un testo che 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 aiutare la vostra azienda a ottenere sul mercato internazionale l'attenzione che merita.

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

Quando scegliete un fornitore, 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.

Gli studi che offrono servizi professionali di traduzione possono apparire a prima vista più costosi, ma in alcuni casi possono offrire utili prestazioni aggiuntive (selezione del traduttore, gestione del progetto, controllo della qualità, conversione dei file, veste grafica uniforme dei progetti multilingue, ecc.) che vi aiutano a risparmiare tempo e denaro.

Quanto conta lo stile?

Alcune traduzioni sono quasi inutilizzabili.

Eccone un esempio. Nella “Lista dei features” di “TurboDemo, the tutorial creator” 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 automatiche non revisionate o del prodotto di traduttori non madrelingua che si arrabatano alla bell'e meglio, annaspano tra libri di grammatica e dizionari e ottengono 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 essere sufficienti per i lettori che conoscono l'argomento, o che sanno leggere fra le righe e ne hanno il tempo.

Molti traduttori o società di traduzioni forniscono spesso queste traduzioni “informative” come servizio di base e applicano tariffe più elevate per le traduzioni “revisionate” o “adattate”. Per evitare malintesi, indicate fin dall'inizio per iscritto il tipo di prestazione richiesta.

La traduzione informativa 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 vendere o persuadere, o se 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 comunemente il francese, l'inglese o lo spagnolo per lavoro e trascorrete lunghi periodi all'estero, nel 99% dei casi le frasi che cercherete di mettere per iscritto suoneranno subito “straniere”.

È un problema?

Può non esserlo quando (1) il fattore di vendita più importante è il prezzo (i clienti che guardano soprattutto al prezzo si accontentano di capire il minimo indispensabile) oppure (2) desiderate che il vostro testo abbia un gusto “esotico”.

Se tenete alla vostra immagine internazionale, probabilmente otterrete risultati più soddisfacenti con un approccio meno etnico. In molti paesi l'uso maldestro o sciatto della lingua locale non risulta divertente, ma offensivo.

Prima la stesura definitiva, poi la traduzione

Non vedete l'ora di avere i testi tradotti? L'impaginatore 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 frustrante) 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 indicate.

E la traduzione automatica?

Se siete sotto pressione con i tempi 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 per eseguirla non mancano.

Come regola generale, non usate la traduzione automatica per i documenti destinati alla pubblicazione senza il consenso esplicito del cliente. La traduzione automatica, infatti, è totalmente inadeguata a un uso del genere e correte il rischio di danneggiare gravemente la vostra immagine a livello internazionale.

È pur sempre possibile far revisionare il testo tradotto automaticamente da un traduttore qualificato, ma non tutti i traduttori accettano questo tipo di incarico perché di solito i testi generati dai programmi di traduzione automatica sono così scadenti che è più pratico tradurli ex novo.

Ecco come un sito di link pubblicizza su Internet alcuni prodotti per la cura delle unghie (in inglese, "nail" significa sia "unghia" che "chiodo"):

Shopping: Salute: Bellezza: Estetiche: Cura Del Chiodo

- *Acquarella* – un sistema a base d'acqua dello smalto di chiodo, del condizionatore e dei moisturizers.
- *Sistemi avanzati del chiodo* – distributore dei prodotti di aumento del chiodo ed attrezzature e mobilia ed appa-

recchiatura professionali del salone del chiodo e di bellezza in Australia

- *Chiodi di angelo* – una vasta gamma di prodotti professionali del chiodo, per l'applicazione e l'uso domestico. Con le marche quale OPI, Orly, Seche.
- *Annesso S.U.A. Inc.* – goda l'arte del chiodo nel paese con gli stampini di carta del chiodo. Smalto di chiodo normale di uso giusto. Prezzi commerciali disponibili sul contatto.
- *Chiodi di arte* – rifornimenti e prodotti per arte del chiodo compreso i corredi ed i videos istruttivi. Disegni per gradi illustrati con le spazzole di arte del chiodo della spazzol-penna.

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, ad eccezione di pochissimi casi, richiede comunque la revisione umana.

Pochi anni fa, il Wall Street Journal ha verificato il funzionamento di due programmi di traduzione automatica disponibili gratuitamente online, concludendo: “Questi programmi possono essere accettabili per chi viaggia o deve tradurre la lettera di un lontano parente. Ma non potrei certo consigliarli a un’azienda e negli altri casi in cui sia richiesto un minimo di accuratezza.”

(A Closer Look, 10/00)

Informare il traduttore sull’uso del 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: assicuratevi di fornire risposte adeguate.

Nel 1999, l’azienda elettrica francese Electricité de France ha investito oltre 150.000 euro nell’acquisto di spazi pubblicitari a tutta pagina su una serie di quotidiani e riviste a diffusione internazionale. Purtroppo però non si è preoccupata di selezionare traduttori adeguati né di informarli della destinazione e dell’importanza dello slogan. L’azienda ha finito così per ritrovarsi con una traduzione inglese [“EdF offers competitive energetic solutions”, che in italiano suona come: “EdF offre soluzioni energetiche competitive”] nettamente in contrasto con l’immagine professionale che intendeva trasmettere. Costo della traduzione: 90 euro. Spesi male.

Fornite al traduttore tutte le informazioni possibili sul testo, per consentirgli di redigere una versione straniera che produca l’effetto desiderato sul target specifico.

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. Se questo può funzionare per la traduzione di un documento a uso interno (quando, per intenderci, è sufficiente capire il senso generale del testo), è invece **molto** rischioso per i testi promozionali.

Insegnare una lingua straniera è un'attività impegnativa che 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? (E 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 qualcosa?

Il traduttore professionista lavora verso la 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 acquista una traduzione, ma se a trascurarlo è il traduttore, rischiate di ricevere un servizio qualitativamente scadente anche sotto altri aspetti.

D'accordo, le eccezioni esistono, ma non sono mai molte. Se il fornitore che avete contattato sostiene di essere un caso raro, 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. Ma per i professionisti è un dovere mantenere aggiornate le proprie conoscenze linguistiche, sempre e ovunque.

Come parlano i lettori?

Spagnolo per clienti di Madrid o di Città del Messico? Inglese britannico o americano? Informatevi presso i vostri partner stranieri per capire bene qual è la variante richiesta.

Nel 1999 il Dipartimento americano per lo sviluppo edilizio e urbanistico commissionò la traduzione “in creolo” di una brochure di otto pagine. Per equivoco il testo venne tradotto in uno strano miscuglio di patois giamaicano e inglese storpiato. “Un’assurdità totale, inutilizzabile per qualunque cittadino dell’area dei Caraibi” commentò un portavoce dell’ambasciata giamaicana a Washington. Tutti i documenti ufficiali del governo giamaicano sono tradotti in inglese standard. “Ci sentiamo profondamente offesi,” aggiunse.

Anche il registro è importante. Tedesco destinato ai medici o al paziente medio? Vendete lamette da barba al normale consumatore o fondi di investimento alle banche?

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 buon traduttore pone le domande giuste

Nessuno analizza il vostro testo più accuratamente del traduttore. Per questo è probabile si accorga della presenza di passaggi confusi o poco chiari e vi chieda spiegazioni. È una fortuna, perché ciò vi permette di migliorare l’originale.

Un produttore europeo specializzato in videogiochi si è accorto che la direzione non aveva ben chiara la propria politica di opzioni sulle azioni soltanto dopo aver commissionato una traduzione in inglese sull’argomento: il traduttore si informò e fece domande, consegnando alla fine un testo molto più chiaro dell’originale.

“Prima di andare in stampa con l’originale francese, cerchiamo sempre di aspettare i testi tradotti”, spiega il chief economist 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 di solito, se è un bravo professionista, pone le domande giuste.

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 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.

I risultati più soddisfacenti nascono da rapporti di collaborazione consolidati tra il cliente e il traduttore o il team di traduttori. L'efficacia del testo prodotto è direttamente proporzionale alla durata del rapporto di collaborazione e alla conoscenza della filosofia, della strategia e dei prodotti della vostra azienda da parte del traduttore.

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. Devono muoversi con disinvoltura nei settori e nei campi in cui traducono. Se così non fosse, cambiate fornitore. I traduttori non devono imparare 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.

Un esempio emblematico: su Internet, un sito web pubblica un corso di "Scrittura creativa" per imparare a scrivere bene.

Quello che si dice un ottimo biglietto da visita... Un errore analogo potrebbe insinuarsi proprio nel nome del vostro prodotto di punta o rendere inesistente il numero di telefono indicato su una costosa brochure, peraltro tradotta benissimo.

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 alto.

Ogni lingua ha le proprie convenzioni tipografiche

Molti stampatori e impiegati sembrano ignorare questa regola o non darle molto peso. Spesso “sistemano” i testi in lingua straniera in modo che rispondano alle convenzioni della propria.

In francese, ad 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. In spagnolo, poi, “n” e “ñ” non si usano indifferentemente. E così via.

Negli Stati Uniti, uno striscione bilingue in inglese e spagnolo inneggiava ai “100 anos” di storia della città. Peccato che “ano” sia l'orifizio terminale dell'intestino. “Anno” è “año”.

Cosa dire di quel tipografo che, non conoscendo le lingue straniere, decise di tralasciare gli accenti quando usava le maiuscole in spagnolo? Ecco come la “CAMPAÑA” (CAMPAGNA) ELETTORALE si trasformò nella “CAMPANA” (CAMPANA) ELETTORALE.

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 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.

Dal catalogo promozionale bilingue dell'Ente per il turismo di un paese dell'Europa centrale:

“Perché dovrete solo immaginare le cose? Lasciatevi sorprendere per davvero.

E proprio perché è così svariata, arricchisce in ogni momento.

E proprio perché in un Paese così facilmente raggiungibile e così sicuro tutto è alla portata di mano, sorprende ogni visitatore.

E proprio perché con il suo essere diversa conquista così velocemente tutti i vostri sensi, tutti i vostri pensieri e tutte le vostre passioni, vi rinvigorisce in un attimo.”

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

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

D'accordo, la nomenclatura scientifica in settori come la botanica, la zoologia, ecc. è rigorosa e ha una valenza internazionale – se viene usata nel modo giusto. E di solito la traduzione dell'elenco illustrato delle parti di un serbatoio in un manuale di manutenzione non richiede particolari elaborazioni linguistiche.

Ma gli stessi tecnici che scrivono nella loro lingua madre non sono immuni dalle trappole in cui cade qualsiasi altro autore di testi: errori, ripetizioni e cadute di registro.

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. Se lo è anche di più, tanto meglio. In fondo non è strano, perché il traduttore è un secondo specialista che affronta il testo, si concentra e mette in atto le proprie competenze.

L'uso non corretto dei termini tecnici spesso è il segnale che al traduttore è stato chiesto troppo. Una buona soluzione consiste nel chiedere agli esperti interni all'azienda di fornire in partenza glossari e materiale di consultazione e di verificare con cura il testo definitivo.

Prima di andare in stampa, fate in modo che un traduttore professionista riveda ancora la grammatica, la sintassi e lo stile per un ultimo controllo, specialmente se gli esperti sono stranieri.

Come scegliere il fornitore giusto

Andate oltre le eleganti brochure patinate e i discorsi commerciali suadenti per cercare di capire bene che tipo di servizio può offrirvi il potenziale fornitore di servizi di traduzione.

Chiedete non solo i nomi dei clienti, ma anche esempi di traduzioni svolte e di testi che il fornitore giudica particolarmente riusciti. Se, ad 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 interventi. Poi sottoponete i campioni di traduzione a un madrelingua di fiducia (per esempio un collaboratore o un collega della filiale straniera) per avere un parere.

Se i fornitori hanno diversi anni di attività alle spalle ma non ricordano lavori degni di nota... ecco che avete un problema (e loro anche).

Spiegate ai fornitori che il loro nome verrà pubblicato e comparirà nell'elenco delle persone che hanno collaborato alla realizzazione del documento.

Pubblicare il nome del traduttore non vi costerà nulla e il fornitore avrà un motivo in più per consegnarvi un lavoro di prima qualità. Se i traduttori insistono per siglare le bozze di stampa per proteggere l'opera da successive modifiche o interventi di terzi, accettate senza timori: è nell'interesse di tutti.

Giocate d'anticipo: se avete deciso di tenere d'occhio i 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 di migliorare la coerenza dei testi originali). Lavorate insieme ai traduttori e al personale interno per realizzare una versione bilingue.

Una traduzione per ogni occasione

Per che cosa vi serve la traduzione (e di quale budget disponete)? Per la pubblicazione? Per semplice informazione? Soltanto per farvi un'idea del contenuto del testo?

Formulate un'ipotesi calcolando quante persone leggeranno i testi (si tratta di una campagna pubblicitaria nazionale o di un memo 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.

La traduzione è un settore formato da mercati di nicchia. Persino la categoria delle traduzioni destinate "alla pubblicazione" comprende un'ampia rosa di fornitori e servizi, con una gamma di tariffe altrettanto vasta. Il team che ha svolto un eccellente lavoro sui manuali del software potrebbe non essere il più adatto a tradurre anche la relazione annuale dell'azienda.

Per la pubblicità su riviste importanti o costosi cartelli segnaletici, ha senso acquistare testi della migliore qualità. Per brevi comunicazioni interne all'azienda o documenti a diffusione limitata, può bastare anche una traduzione meno "raffinata" (e meno costosa).

Partecipare attivamente per ricevere un buon prodotto

Il metodo più rapido e sicuro per ottenere traduzioni scadenti è quello di lavarsene le mani.

Senza investire un po' di tempo per dare istruzioni ai fornitori, avrete poche possibilità di ottenere il risultato che vi aspettate o che vi serve. Potrebbero bastare anche soltanto dieci minuti in più del tempo impiegato per dire alla segretaria: "Fallo tradurre". Se investite quei dieci minuti per parlare con il traduttore (o anche con il responsabile di progetto), probabilmente risparmierete e vi stresserete di meno in seguito.

Testo originale inglese: Chris Durban©

Traduzione e adattamento:
Studio Aqua (Marilena Lucchini, Silvia Punzo)

Revisione e ottimizzazione:
Roberta Gado Wiener

Coordinamento editoriale:
Marina Beretta, Michael Farrell,
Ornella Giacobone, Metella Paterlini

Progetto grafico:
Corpo Nove sas di Enrico Gabos & C., Milano

Per il progetto pilota, un grazie alle sezioni:
Lombardia, Friuli-Venezia Giulia,
Piemonte-Valle d'Aosta

Edizione originale

© Chris Durban

Edizione italiana

© 2006 AITI

Finito di stampare nel settembre 2006

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, la beata incoscienza di traduttori non professionisti troppo sicuri di sé, carenze nel coordinamento di grandi progetti, traduttori free-lance incapaci ed economici, traduttori free-lance incapaci e costosi, società di traduzione incapaci ed economiche, società di traduzione incapaci e costose, mancanza di indicazioni da parte del cliente e via di questo passo. Mettendo in pratica anche soltanto metà dei consigli descritti in questa guida, avrete maggiori probabilità di ottenere una traduzione valida ed efficace.