

Todo lo que siempre quiso saber sobre la traducción



 **Asetrad**

Una guía para contratar traducciones

Contratar una traducción sin saber nada del tema es como adentrarse en lo desconocido.

Los consejos que encontrará en esta guía le permitirán hacer las cosas bien sin complicarse la vida.

Traducción o interpretación: ¿cuál es la diferencia?

El intérprete habla, el traductor escribe.

Si está trabajando con documentos escritos, necesita un *traductor*.

Por ejemplo: unas instrucciones de montaje para sus clientes chinos, una campaña publicitaria destinada a Portugal o la documentación en francés que le mandan de su casa matriz.

Si desea comunicarse directamente con otras personas que no hablan su idioma, entonces necesita un *intérprete*.

Por ejemplo: una reunión del consejo de administración, las negociaciones para un contrato, una conferencia de prensa o un congreso.

¿Hay que traducirlo todo?

Antes de contratar la traducción de toneladas de documentos, es mejor determinar cuáles son los mensajes esenciales. Si elimina el texto superfluo y establece un orden de prioridades, saldrá ganando. Muchas veces lo bueno, si breve, dos veces bueno.

- Un banco francés redujo un manual técnico de 500 a 230 páginas, aconsejado por un traductor profesional. Para ello, suprimió la información que solo se aplicaba a los empleados franceses.
- Un bufete de abogados español trabaja en colaboración estrecha con un traductor que va leyendo las patentes según llegan y preparando un resumen. De esta forma, los abogados pueden decidir qué patentes les interesa traducir.



Analice si el documento que desea traducir es pertinente para otros países distintos del suyo. Quizá sea mejor preparar un nuevo documento. O centrarse en una traducción de calidad de la página de inicio de su web en lugar de traducirla entera con una máquina.

El texto y la imagen se complementan

Muchas veces es inútil decir más.

Para un lector, pictogramas, gráficos y diagramas pueden ser más elocuentes que varias páginas de información.

De esta forma, evitará el vocabulario demasiado técnico que podría dificultar la lectura... y la traducción le saldrá más barata.

- En el aeropuerto de Londres-Heathrow, más de 65 millones de pasajeros de todas las nacionalidades se orientan cada año gracias a los símbolos universales empleados en la señalización.
- Las señales internacionales de tráfico que se emplean en toda Europa carecen prácticamente de palabras, permitiendo su comprensión por los conductores de cualquier país.



El texto es necesario, pero a veces puede complementarlo con otras opciones para transmitir su mensaje.

Mantenga una perspectiva internacional

Evite los clichés y los conceptos demasiado locales. Póngase en lugar del lector y no olvide que otras culturas no solo tienen un idioma diferente: también ven el mundo de forma diferente. Si utiliza imágenes, compruebe que el mensaje que transmiten es universal. De esta forma, evitará situaciones engorrosas (y quizá problemas...).

Imagine que basa su campaña de comunicación en las diferencias entre hablar de tú y hablar de usted. ¿Cómo hará si en el idioma al que quiere traducirla no existe esa diferencia?



El color local es interesante, pero compruebe con sus traductores que el mensaje va a tener el mismo impacto. No olvide los detalles: números de teléfono, alusiones a servicios o productos... Su traductor conoce la cultura y el idioma y le podrá asesorar.

¿Cuánto cuesta?

La verdad es que el precio de una traducción puede variar de uno a diez. Si bien no siempre el proveedor más caro es el mejor, no cabe duda de que por debajo de un precio determinado, la traducción no hará justicia a su imagen de marca.

Sea realista: piense en las horas que han pasado sus equipos redactando el original y en las horas que el traductor va a necesitar para ofrecerle un producto a la altura de sus necesidades.

Antes de elegir un traductor, recuerde el dinero que le ha costado diseñar una estrategia de exportación. La traducción es el vehículo que la llevará a su destino. Si considera que una traducción profesional está por encima de sus posibilidades, quizá no esté listo para dar el salto.



Seleccionar al traductor adecuado, hacer un seguimiento del proyecto, controlar la calidad, ocuparse de los problemas informáticos o buscar un tratamiento homogéneo de la información en los distintos idiomas también son tareas que puede poner en manos de un profesional de la traducción: representarán un valor añadido. Quizá sea más caro, pero puede ser una inversión porcentualmente muy pequeña.

La importancia del estilo

Una compañía de seguros mandó traducir sus pólizas a los profesores de inglés de su departamento de formación. La formulación tenía tan poca precisión jurídica que el primer litigio que se planteó supuso un gasto cinco veces mayor de lo que habría costado una traducción profesional.

La tentación de poner una traducción en manos de un traductor automático (total, si se entiende...) o en manos de un conocido que no va a escribir en su lengua materna (pone mucho interés...) a veces es grande. El resultado puede ser una carcajada, que no dejará que se oiga su mensaje.

Quizá reciba una traducción comprensible, pero quien la lea será consciente de que no es un original, el idioma de partida creará interferencias en la comunicación. O las frases serán poco fluidas, habrá que leerlas dos veces para entenderlas.



Para un documento que va a ser embajador de nuestros productos, merece la pena hacer un esfuerzo.

Cuatro ojos ven más que dos

Los mejores profesionales incluyen en su prestación de traducción una relectura externa. Quizá no sea necesaria si solo quiere «entender» el texto, pero si su objetivo es persuadir o vender, o si para usted es importante controlar la imagen que dan de usted sus documentos, es primordial tenerlo en cuenta a la hora de contratar una traducción.

Si necesita convencer, dedique a la traducción al menos tantos medios como haya dedicado al original.

A lo mejor había pensado en traducirlo usted...

Es probable que tenga buenos conocimientos de los dos idiomas y le parezca fácil de hacer, pero no olvide que hablar es una cosa y escribir es otra. La facilidad de expresión oral no garantiza la capacidad de producir textos fluidos y elegantes. Solo un profesional es capaz de despegarse adecuadamente del original. Aunque tenga costumbre de trabajar en inglés, alemán o francés, aunque viaje mucho... no es lo mismo.

Quizá no sea tan importante. A lo mejor su principal argumento de venta son los precios y le basta con que sus clientes sean capaces de comprender lo justo para comprar.



Aun así, no olvide que en muchas culturas a la gente no le gusta que se deforme su lengua. Se considera una forma de menosprecio que genera rechazo automáticamente.

Termine el texto antes de traducirlo

Es normal que quiera empezar la traducción lo antes posible para ganar tiempo, pero tenga cuidado: la jugada puede salirle mal.

Cuando los traductores trabajan sobre un borrador que cambia constantemente les cuesta mucho más controlar el estilo, y además le saldrá más caro tener que traducir partes del texto que acabará desechando después.

La multiplicación de versiones complica la gestión del proyecto y también multiplica las probabilidades de error en el documento final.



A veces no es posible elegir a causa de los plazos. En esos casos es imperativo controlar bien las versiones y los cambios que se realizan en cada una de ellas para facilitar el proceso y evitar retrasos inútiles. Su traductor está acostumbrado a gestionar este tipo de proyectos.

¿Y la traducción automática?

No es muy recomendable difundir de cara al exterior un mensaje traducido por una máquina. Puede parecer incoherente o estúpido y dañar su imagen de marca.

Es posible pedirle a un traductor que revise una traducción automática, pero ese servicio no permite obtener textos fluidos y bien redactados y solo funciona bien con textos previamente preparados. Además, muchos textos procedentes de la traducción automática son tan macarrónicos que empezar desde cero lleva menos tiempo (y dinero) que «arreglarlos».



Hay programas de traducción automática creados por expertos y adaptados a determinados textos o sectores, infinitamente mejores que los gratuitos que se encuentran en internet, pero son servicios de pago y requieren un trabajo previo y posterior con los documentos.

La traducción automática al inglés del sitio web de la Generalitat de Cataluña provocó una situación bochornosa: la máquina había traducido textualmente todas las palabras del mensaje original, incluso el apellido de su presidente Artur Mas («President More»). Por este y otros divertidos fallos, tuvieron que cerrar el sitio, con el correspondiente descalabro económico, además del incalculable coste político y de imagen.

Hable con su traductor

Un discurso o una ponencia, una web, un folleto comercial o un catálogo son textos con características diferentes. Su memoria anual no puede parecerse a un publlirreportaje.

El estilo, la facilidad de lectura, la elección de los términos, la longitud de las frases o las citas pueden y deben adaptarse a la naturaleza o a la finalidad de cada documento. Un traductor profesional le hará muchas preguntas: esté preparado para responder.

Obtendrá mejores resultados si mantiene relaciones fluidas con sus traductores. Cuanto más tiempo lleven trabajando juntos, mejor comprenderán su filosofía, su estrategia, sus productos. Los textos que le entreguen serán mucho más eficaces.



Precise la finalidad del texto a su traductor. Un buen profesional lo adaptará para maximizar el impacto en función del medio, del público y de sus objetivos.

¿Y si recurro a un amigo que sabe inglés?

Muchas empresas, cuando se enfrentan a necesidades relacionadas con idiomas extranjeros tienden a dirigirse a algún conocido, a un profesor...

A veces vale para salir del paso, siempre que la traducción sea para uso interno. En cambio, si se trata de su comunicación comercial, ¿no le parece muy arriesgado? Y el riesgo será mayor si recurre a estudiantes «que necesitan ganar un dinerito y salen baratos».

Dar clase de inglés es una profesión cualificada, pero esas competencias no son suficientes para producir una traducción fluida y elegante (sobre todo si el «traductor» no trabaja hacia su lengua materna).



¿Aceptaría usted que un estudiante de medicina se ganara dinero de bolsillo practicando intervenciones menores? (¿Diría usted que traducir su memoria anual es un proyecto «menor»?). ¿Le pediría a un estudiante de económicas que le llevara la contabilidad para ahorrar?

Un traductor profesional trabaja hacia su lengua materna

Si desea traducir un catálogo al alemán o al ruso, deberá buscar un traductor alemán o ruso. Los traductores de lengua materna española traducen hacia el español. Los traductores que no tienen en cuenta este principio básico, quizá tampoco respeten otros criterios esenciales de calidad.

Hay excepciones, desde luego, pero son escasas. Si el traductor en el que está pensando, a pesar de no ser nativo, insiste en que «es bilingüe» o alega tener un nivel «de lengua materna» no se fíe sin más, someta a prueba su trabajo; por ejemplo hablando con algún socio comercial de esa nacionalidad. Siga adelante solo si está convencido de que la calidad que obtendrá es la misma que le daría un nativo.



¿Y los traductores que no viven en su país? ¿Pierden su lengua materna? Los aficionados quizá. Para un profesional es primordial mantener un nivel excelente en su idioma de trabajo.

¿Qué idioma hablan sus lectores?

¿Inglés británico o estadounidense? ¿Español de España o de México? ¿Necesita un texto en inglés pero sus lectores no son de lengua materna inglesa? Para determinar sus necesidades, hable con sus socios comerciales en esos países o consulte a su traductor.

El registro también es importante. No es lo mismo escribir para profesionales de la salud que para consumidores o para adolescentes.

Tenga en cuenta que en algunos países los documentos oficiales deben estar por ley en más de un idioma.



Hable el idioma de sus lectores. Póngase en su lugar, busque el enfoque más acorde con sus necesidades. Sea concreto. Sea preciso.

¿Su traductor le hace preguntas? ¡Buena señal!

Un traductor es el lector más atento. A medida que va trabajando, puede detectar las erratas y las frases más confusas. Puede aprovechar para mejorar el original: es un valor añadido.

- **A raíz de las numerosas preguntas de su traductor, una empresa multinacional se dio cuenta de que su política de primas era demasiado difícil de entender.**
- **En palabras del director de un gran banco comercial de París: «Preferimos esperar a que los textos estén traducidos antes de imprimir los originales: nuestros traductores están muy bien informados y su mirada crítica nos ayuda a encontrar los puntos débiles del texto francés».**



Un traductor desmonta el texto y lo reconstruye de nuevo en su lengua materna. Es natural que este proceso genere consultas entre traductor y cliente.

Para cada sector hay un traductor especializado

Si pide a cinco personas de su empresa que redacten la misma ficha de producto, con las mismas instrucciones, obtendrá cinco textos muy diferentes. Los mejores serán aquellos cuyos autores dominen mejor el tema. Con los traductores pasa lo mismo: es mejor que conozcan bien el sector y su vocabulario.

Hable con sus traductores, no solo con los jefes de proyecto, sino con los que están trabajando con sus textos. Exija conocerlos y que ellos le conozcan.



Usted conoce su sector, una corta conversación le bastará para saber si su traductor lo conoce también. Si no es así, piense en la posibilidad de cambiar de traductor.

El toque final: contrate con el traductor la revisión de pruebas

Es un paso indispensable, muy especialmente si los maquetistas e impresores no hablan el idioma del texto. El mejor de los documentos puede quedar inservible por erratas fortuitas, sobre todo si se añaden pies de foto o se hacen retoques a última hora.

Una empresa multinacional que acababa de adquirir una filial en Indonesia escribió los apellidos de varios directivos locales con erratas. Ciertamente no fue la mejor manera de iniciar una relación comercial.

 También puede pedir a uno de sus socios comerciales del país en cuestión que relea el texto definitivo. No haga ajustes en sus textos en otros idiomas por teléfono, el riesgo de malentendido es muy grande.

Las reglas tipográficas no son las mismas en todos los idiomas

Muchos impresores y maquetistas lo ignoran. Tienen tendencia a aplicar las que se utilizan en su idioma. Sin embargo, en francés hay que dejar un espacio delante de dos puntos o de punto y coma, en alemán todos los sustantivos llevan mayúscula inicial. La «ñ» no se utiliza en otros idiomas y puede pasar desapercibida para alguien que no la ha visto nunca.

«Campana de seguridad vial»: ¿pero qué es esto? ¿Un dispositivo que suena cuando un coche supera los límites de velocidad?

 Las erratas son molestas para el lector y provocan rechazo. Respete las reglas tipográficas del idioma al que traduce.

¿Traductor bilingüe? No es oro todo lo que reluce

Los buenos traductores son auténticos escritores. Producen textos que venden, fáciles de leer y de comprender. En general, hablan bien los idiomas de los que traducen, pero eso no es lo más importante, sino su aptitud para trasladar la esencia del mensaje con la terminología y el estilo adecuados a su idioma principal.

El bilingüismo es algo diferente. Hablar dos idiomas no presupone capacidad para trasladar un mensaje escrito. Además, es bastante corriente que las personas que se proclaman bilingües sobrevaloren su talento para comunicar.



Ser bilingüe no supone automáticamente escribir bien, ni mucho menos ser un buen traductor.

«Los documentos técnicos son fáciles de traducir»: una idea preconcebida que causa estragos

Los términos científicos (en botánica, biología, etc.) parecen precisos e internacionales, pero hay que saberlos usar correctamente.

Los ingenieros conocen la terminología, pero no siempre dominan las reglas tipográficas, la sintaxis, los neologismos, ni tienen por qué tener dotes especiales para escribir.

Los traductores técnicos se enfrentan muchas veces a términos nuevos o dispositivos complejos cuya traducción puede presentar grandes dificultades, sobre todo cuando nos situamos en la vanguardia de la investigación.



La colaboración es importante: ofrezca al traductor el vocabulario y las explicaciones esenciales desde un principio, deje que haga su trabajo y consulte con él las modificaciones que los ingenieros hayan realizado en la traducción.

Elija bien al traductor

Trate de hacerse una idea precisa de la calidad que le pueden ofrecer los traductores candidatos. No se conforme con una página web llamativa o un currículum impresionante. Hable con ellos, infórmese sobre los proyectos en los que han trabajado, sobre todo aquellos de los que se sientan más orgullosos. Quizá sea posible ver alguna muestra que esté disponible en internet o en una publicación.

Indique al traductor que su nombre aparecerá en la publicación, como aparece el de los fotógrafos o el de la imprenta.



Mencionar el nombre del traductor no cuesta nada y es un estímulo para presentar un trabajo de calidad óptima. Si el traductor le propone una última revisión de la maqueta, acepte sin dudar: todos saldrán ganando.

No espere al último momento. Si desea lanzar una campaña de comunicación en un idioma extranjero, póngase ya mismo a buscar traductores cualificados. Empiece a trabajar con ellos desde la fase de redacción, escuche sus sugerencias y procure que dispongan de plazo suficiente para trabajar.

Prepare el terreno: puede recopilar el vocabulario interno de la empresa (algo que siempre le será útil, incluso para los textos en su idioma original) y preparar versiones bilingües con sus traductores y empleados.

Defina sus necesidades

¿Qué nivel de calidad necesita? No es lo mismo un trabajo rápido que un texto destinado a la publicación del que dependen sus ventas en el extranjero. ¿Cuántas personas leerán sus textos? ¿Cuántas horas de trabajo o de reunión puede ahorrar una buena traducción? Calcule el perjuicio que le puede causar una mala traducción al valorar un presupuesto.

Los traductores realizan un trabajo muy especializado. Puede que la persona que ha traducido su catálogo de piezas no sea la más adecuada para traducir una memoria anual. El abanico de servicios y de cualificaciones (y también de tarifas, obviamente) es muy amplio.

 **El profesional que estamos describiendo puede ofrecerle a usted o a su empresa mucho más que una simple traducción: gestión de proyecto, asesoría lingüística y cultural, terminología especializada, optimización de costes, revisión de pruebas... Un traductor profesional no es un gasto, es una inversión.**

Participe en el proceso

Un proyecto de traducción tiene que seguir unos pasos para obtener los resultados deseados. Si lo olvida, puede encontrarse con un problema, aunque trabaje con los mejores traductores.

No olvide darle a su traductor las instrucciones necesarias, no le llevará mucho tiempo. Esté disponible para responder a sus preguntas: se ahorrará problemas y quizá gastos innecesarios.



Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes

<mailto:asetrad@asetrad.org>

Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes
c/ Andrés Mellado, 60, bajo B derecha 28015 Madrid
Tel. +34 915 438 891

Asociaciones colaboradoras



www.atanet.org



Syndicat national des traducteurs professionnels

www.sft.fr



iti.org.uk

© copyright 2012

Versión española: equipo Asetrad

Texto original inglés: Chris Durban © 2010

Diseño: Mark Richardson



Hay cien mil formas de estropear una traducción: plazos ridículos, ambigüedades en el original, textos que no han sido releídos, pruebas sin revisar por una persona de la misma lengua materna, traductores novatos abandonados a su suerte, seguimiento insuficiente del proyecto, contratación del traductor más barato, selección de traductores basándose únicamente en las apariencias, falta de implicación del cliente en el proyecto, exceso de intermediarios...

Siguiendo tan solo la mitad de los consejos de este folleto, multiplicará las probabilidades de obtener una traducción digna de tal nombre.

**Asetrad**

www.asetrad.org