



Rosa Llopis:

«No debemos olvidar jamás que para el cliente la traducción es un problema, y nosotros venimos a solucionárselo, no a crearle nuevos problemas»

La traductora e intérprete española Rosa Llopis presentará en el III Congreso Universitario de Formación en Traducción e Interpretación la ponencia titulada «Pildoritas para traductores recién graduados». Allí ofrecerá sugerencias y consejos respecto de cómo abrirse camino en el competitivo mundo de la traducción. Llopis se hizo experta en el área de la gastronomía y, además, es una de las pocas profesionales en el mundo de la lengua valenciana: ambas especialidades la volvieron una profesional distinguida y muy valorada.

| Por Héctor Pavón



Muchos graduados piensan que, con el título en la mano, el trabajo llega automáticamente. ¿Cuál sería el primer consejo que le daría a un joven traductor en ese sentido?

Al cliente hay que salir a buscarlo. La mayor parte de los primeros meses como profesionales van a consistir en buscar activamente clientes y asegurarnos de que todo el mundo sepa lo que hacemos. A muchos recién graduados les da un poco de vergüenza ser directos y escribir a potenciales clientes. Hay que armarse de valor y normalizarlo. Si lo pensamos, las empresas nos bombardean constantemente para ofrecernos sus servicios, ¿por qué nosotros no? Cuando yo lo hago, siempre intento pensar en qué es lo que no me gusta de ese tipo de contacto comercial y cómo me gustaría que las empresas se acercaran a mí. Siempre hay que investigar un poco, saber a quién debemos dirigirnos (género, edad, perfil profesional...), el estilo de la empresa (más seria o informal), cuáles podrían ser sus necesidades, etcétera. Así, nuestro correo tendrá el tono adecuado (no usaremos el género masculino para una mujer ni seremos excesivamente formales

o serios con una empresa joven y dinámica) y ofrecerá algo personalizado que realmente interese al posible cliente. Es preciso ser constante y socializar mucho para conseguir contactos.

¿Cuándo cree que la formación de un traductor está completa o, por lo menos, es suficiente para enfrentarse al mundo del trabajo?

Depende un poco de la formación de cada uno y del tipo de textos que va a abordar, pero creo que la carrera es suficiente para dar los primeros pasos en lo que se refiere a traducción (en interpretación es distinto, siempre se requiere formación extra). Eso sí, hay que ser cautos en esos primeros pasos y entenderlos como una continuación de nuestra formación. Uno puede empezar como traductor interno en una agencia o por cuenta propia, pero necesitamos siempre a alguien que nos guíe y supervise por si acaso. He aprendido tanto o más viendo cómo trabajan otros compañeros (a los que he pedido ayuda de algún tipo) que en la carrera. La cuestión es saber qué se acepta. Debemos ser conscientes y, sobre todo, sinceros con nosotros mismos y plantearnos si realmente

vamos a poder abarcar el encargo. ¿Es un tema que he visto en la carrera o que conozco por otros motivos? ¿Cuál es el nivel de dificultad? ¿Me dan plazo suficiente para documentarme y revisar a fondo e, incluso, pedir a alguien que revise mi trabajo? ¿Dispongo de los medios para ofrecer un buen servicio a este cliente (conocimientos, tiempo, apoyo, *software* adecuado...)?

¿Cómo se elige un curso o posgrado de especialización? ¿Cómo se puede combinar el gusto por la formación con las exigencias del mercado?

Muchos, por temor a la vida real, alargan el proceso de comenzar a profesionalizarse y se dedican a hacer másteres, cursos. Por mi experiencia, la especialización casi siempre llega por sorpresa; es algo que busca al traductor, no a la inversa. Si nada más acabar la carrera hacemos un máster de especialización en traducción médica, por ejemplo, y luego la vida nos lleva por otras sendas, como la de la traducción de patentes, habremos tirado el dinero y desaprovechado un año de nuestra vida (en realidad no, porque toda formación es buena, pero, cuanto más nos acerquemos a lo que realmente necesitamos, mejor). Yo preferí empezar a trabajar y ver qué clase de proyectos solían llegarme o cuáles eran los que más me gustaban o en los que sentía que debía profundizar. Con base en esto, he ido formándome sobre la marcha con másteres o cursos. Cuando han surgido oportunidades de trabajar en temas que me gustan mucho, he ido a por ello y he aprovechado para formarme más y ofrecer un mejor servicio, para encaminar así mi trabajo hacia ese ámbito (como hice con la gastronomía: al ver que existía una necesidad, decidí estudiar un máster de periodismo gastronómico).



Conseguir un primer trabajo es un desafío. ¿Cómo se hace «visible» un traductor novel? ¿Cómo se «vende», se publicita un joven traductor? ¿Cómo puede distinguirse y qué aspectos debe subrayar cuando ofrece sus servicios?

Cuando estaba estudiando la carrera, leí un artículo de Pablo Muñoz en su blog *Algo más que traducir*, en el que afirmaba que todos tenemos algo que nos diferencia de los demás. Recuerdo que aquel mensaje me llegó al alma y nunca lo he olvidado. Eso es lo que tenemos que explotar al principio: aquello que nos diferencia, aquello que podemos aportar y los demás no. Al comienzo pensaba que debía explotar el hecho de venir de una familia de abogados, pues la traducción jurídica se

me daba bien. No obstante, lo que realmente me ha abierto las puertas han sido dos rarezas. La primera, que hablo una lengua minoritaria (valenciano), así que se lo contaba a todo el mundo para que se acordaran de mí cuando alguien les pidiera un traductor de valenciano. Y funcionó. Cada vez que alguien sabe de un proyecto con esa combinación lingüística tan poco habitual, me llama. Y gracias al valenciano comencé a interpretar en televisión y radio. ¡Ni os imagináis la de estudiantes que rechazan ese idioma porque están convencidos de que no les va a dar trabajo! Mi segunda rareza es que me he criado en la pastelería de mis abuelos, y la cocina es un mundo que me encanta. Un día, invité a unos compañeros traductores a cenar a mi casa, y hablamos de esto



Rosa Llopis: «No debemos olvidar jamás que para el cliente la traducción es un problema, y nosotros venimos a solucionárselo, no a crearle nuevos problemas»

porque les sorprendió lo bien que cocino. Al cabo de unas semanas, uno de los invitados me llamó porque en la escuela de alta cocina francesa Le Cordon Bleu estaban buscando intérpretes especializados en cocina. Jamás me planteé que la gastronomía pudiera ser una especialización ni tampoco una que fuera a cambiarme la vida, pero así fue (por eso comentaba antes que, al final, es la especialización la que busca al traductor). ¿Y cómo llegar a otros traductores? Pues asociándose, acudiendo a encuentros, a formaciones, a congresos. Al igual que al cliente hay que salir a buscarlo, a los compañeros también. Un cliente quizás no valora que sepas mucho sobre natación, pero es posible que un compañero al que le llegan encargos que tratan sobre competencias deportivas sí lo haga.

¿Qué valoración hace del uso de redes sociales para proyectarse en el mercado y conseguir nuevos clientes y mantener los propios?

Las redes son un medio más para acercarnos a nuestros clientes, pero eso no quiere decir que sea la única forma ni mucho menos obligatoria. A menudo, veo a recién graduados que comienzan a imitar a otros más veteranos para darse a conocer entre sus compañeros y, de paso, ganar clientes (abrir un blog para hablar de traducción, un canal de YouTube o directos en Instagram para entrevistar a traductores famosos, publicar trucos o compartir artículos u otro tipo de publicaciones interesantes para el sector en Twitter), y siempre me digo lo mismo: dentro de menos de seis meses, seguro que ha dejado esta estrategia. Rara vez me equivoco. A mí me encanta relacionarme con mis clientes, ir a verlos, invitarlos a tomar un café, acudir a congresos de su sector, moverme entre ellos, conocer de primera mano su entorno. Las redes son fantásticas para conocer a compañeros y acercarnos a nuestros clientes para entender mejor su mundo, pero, si no se nos da bien usarlas para vendernos, no nos forcemos. Hagamos el ejercicio de conocernos mejor a nosotros mismos para saber cuáles son nuestras fortalezas y explotarlas. Para no aportar nada nuevo, mejor esperar a tener algo interesante que contar.

¿Cómo debe mostrarse un profesional de la traducción en las redes? ¿Cómo equilibrar espontaneidad y soltura con la «seriedad» que algunos clientes pueden exigir?

Yo uso Twitter para fines más profesionales; en cambio, en Instagram publico contenidos más personales (fotos de cosas que hago en mi tiempo libre, mi familia, mis mascotas, mis viajes, mis escapadas gastronómicas...).

En ambos casos soy yo misma, pero en Twitter procuro no publicar nada que pueda perjudicar mi imagen (una foto de fiesta con mis amigos, declaraciones políticas que falten al respeto a otros que opinan de manera diferente, por ejemplo) u ofender a alguien. Quiero que mis clientes y mis compañeros sepan cómo soy, qué pienso, qué opino... incluso que conozcan mis defectos, pero que nada de ello vaya en mi contra. Que vean también que soy profesional, respetuosa, conciliadora y resolutiva, que, en lugar de reaccionar, aporto. Ahora bien, si esos compañeros o clientes deciden seguirme en Instagram, donde a todas vistas es una cuenta personal y ven algo que no les gusta, lo siento mucho, pero es que ese no es el sitio para conocerme profesionalmente, y ellos no deberían estar ahí si no tenemos una relación personal. Si no queremos usar las redes sociales para fines profesionales, no pasa nada, cada uno que publique en su espacio lo que quiera (aunque siempre recomiendo que se haga desde la educación). En cambio, si tenemos claro que les queremos dar un uso profesional, un poquito de cabeza antes de publicar. ¿Este tuit en el que muestro mi enfado porque un cliente no paga y lo estoy poniendo de vuelta y media es adecuado de cara a mis otros clientes? No, pero quizás sí uno comedido en el que explico por qué me perjudican los retrasos de los pagos y me recuerdo a mí misma lo afortunada que soy de tener otros muchos clientes que son siempre puntuales con sus obligaciones. Si lo lee un cliente que tiende a retrasarse, es posible que entienda por qué insisto en que no se demoren. Si lo lee uno que siempre es puntual, no se dará por aludido y, además, agradecerá que reconozca que también tengo la suerte de contar con gente como ellos.

¿Cuánto le interesa al cliente la forma, la presentación de nuestro trabajo? Es decir, tipo de archivo, tipografía, títulos, notas al pie, aclaraciones.

Yo procuro marear lo mínimo a mi cliente. Si me manda un documento editable (Word, por ejemplo), uso la misma tipografía y títulos que en el original. Cuando el documento no es editable (PDF), trato de replicar el formato original, pero, en aquellos casos en los que hay muchas fuentes extrañas, imágenes, tablas, entre otros, intento que mi traducción esté bien organizada y le marco el contenido que corresponde a cada página si no puedo seguir el mismo paginado. En cuanto a notas al pie, aclaraciones y demás, siempre busco limitarlas al máximo. Una nota al pie es para aclarar al lector algo del texto que no se entiende. Y ha de ser brevíssima. Las aclaraciones para el cliente son para justificar algo que quizás desconoce y podría cambiar por desconocimiento.

Por ejemplo, el espacio de separación entre cifra y símbolo —si no se les explica que, según la normativa, hay que dejarlo, lo quitan— o un «falso amigo» que podrían cambiar por error. Como profesional he tomado una serie de decisiones sobre la base de mis conocimientos, de lo que he visto al documentarme, de lo que he discernido y de lo que conozco de mi cliente. En todo caso, me ofrezco a aclararle posibles dudas que puedan surgir a la hora de la entrega, pero he hecho mi trabajo, soy una profesional y no tengo que justificar cada decisión que he tomado (y mi cliente no lo necesita, porque es posible que hasta le genere inseguridad con respecto a mí). Si no sé de verdad qué quiere decir el original, mando un documento con dudas antes de entregar la traducción. Jamás hay que entregar una traducción con dudas o sin terminar. Pero, de nuevo, limito las dudas al máximo y a cuestiones que solo puede responder mi cliente. No debemos olvidar jamás que para el cliente la traducción es un problema, y nosotros venimos a solucionárselo, no a crearle nuevos problemas.

¿Cuál sería el equipamiento tecnológico mínimo necesario?

Como mínimo, se necesita un buen ordenador, preferentemente de escritorio, no portátil, con una buena pantalla (una bien grande o, en su defecto, dos). Además, una buena silla ergonómica y un escritorio grande y amplio para el ordenador, los diccionarios o libros que se estén consultando en un determinado proyecto, una libreta o folios donde ir tomando nota, una agenda. Nuestro espacio de trabajo es vital. Vamos a pasar muchas horas sentados en esa silla, mirando esa pantalla, manejándonos con ese ordenador. Que sean de

↓ Biografía de Rosa Llopis

Rosa Llopis es graduada en Traducción y Comunicación Intercultural y máster en Interpretación de Conferencias por la Universidad Europea de Valencia, especializada en traducción e interpretación gastronómica.

Ha trabajado como intérprete para Le Cordon Bleu y en clases privadas de cocina y charlas sobre gastronomía. Es miembro de la Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes (Asetrad) y de la Red de Traductores e Intérpretes de la Comunidad Valenciana (Xarxa TIV). Ofrece asesoría lingüística a hoteles y restaurantes, revisa publicaciones gastronómicas y ha escrito artículos relacionados con la gastronomía.



la mejor calidad posible; que no nos den problemas técnicos, sino que nos ayuden a ser eficientes; que no nos dañen la espalda (porque el primer año no pasa nada, pero, cuando llevas cinco, ya te duele todo); y no nos dejemos la vista (estar todo el día forzándola frente a una pantallita chiquitina con mala iluminación nos agota y nos enferma).

¿Qué herramientas informáticas de software elementales recomienda para iniciarse en la profesión?

Una vez que tenemos un entorno de trabajo adecuado, necesitamos un *software* mínimo compuesto, en mi opinión y por mi experiencia, por Microsoft Office, que debemos conocer al dedillo; Adobe para poder editar mínimamente documentos PDF; un buen gestor de correos y alguna herramienta de traducción, como Trados, memoQ o la que más nos convenga. Estas necesidades las vamos viendo con el tiempo y, ojo, debemos ser prácticos y abandonar aquello que nos ralentice. Por ejemplo, contraté un *software* para gestionar proyectos, pero había que

introducir tantísima información, tan detallada y minuciosa, por cada cliente (antes de empezar a usarlo con normalidad) que lo tuve que dejar porque nunca encontraba esos dos o tres días completos que debía dedicarle al programa, e ir haciéndolo sobre la marcha me hacía perder mucho tiempo, así que lo acababa dejando y seguía con mi sistema habitual. Al final, lo que hice fue mejorar mi propio sistema (un Excel que he ido completando y modificando con los años) y adaptarlo a mis necesidades. Hay gente que no puede vivir sin su *software* para gestionar glosarios; yo, en cambio, me manejo de maravilla con Excel y voy rapidísima. Como me he repetido ya tantísimas veces, es cuestión de conocerse a uno mismo, saber detectar qué necesitamos y si somos capaces de dominar el *software* en poco tiempo para que no suponga un impedimento. ■