

Traduzione creativa

Buongiorno!

Innanzitutto, ringrazio la Cancelleria Federale, La Posta, Allianz Suisse, SRG SSR Idée Suisse e le FFS per avermi invitato a tenere questa conferenza.

Sono particolarmente sensibile a questo argomento perché in questo periodo noi traduttori attraversiamo un momento di difficoltà e di crisi e trovo che un approccio più consapevole nei confronti dell'elemento creativo della traduzione possa essere uno strumento utile, tra gli altri, per affrontare questa contingenza.

Parlando di difficoltà e di crisi, mi riferisco, ovviamente all'Italia che conosco direttamente, ma non solo. Ho avuto modo di vedere e di sentire che anche il Svizzera la situazione, almeno rispetto a qualche anno fa, è cambiata. Anche qui i prezzi scendono e le agenzie cominciano a perseguire politiche di concorrenza basate più che sulla qualità sulla convenienza.

E questo, nonostante che, come leggo sul "Corriere del Ticino" di qualche giorno fa, le tematiche del plurilinguismo e la ricchezza, le opportunità a esso connesse siano ben presenti alle istituzioni e alla cancelliera Corina Casanova che si è fatta paladina di un'ordinanza sulle lingue che è un segno importante dell'atteggiamento di grande apertura nei confronti di questa opportunità.

Ma torneremo a interrogarci sul plurilinguismo perché la questione è comunque complessa, almeno per quel che riguarda noi traduttori. E intendo dire, con ciò, che non è affatto automatico che una società plurilingue e consapevole di questa sua caratteristica sia meglio disposta nei confronti dei traduttori.

Anzi, si può dire in generale che nella società della globalizzazione il lavoro dei traduttori sembra ricevere sempre minor riconoscimento e minor considerazione in particolare da clienti e committenti, e più in generale dal pubblico.

Della considerazione che ci viene riservata dal pubblico potremmo non occuparci particolarmente, anche perché il nostro è un "mestiere" che è sempre stato, per i più, misterioso, sottovalutato o incomprensibile.

D'altra parte, è anche vero che i clienti e i committenti, nel tempo, hanno spesso manifestato la tendenza a sottovalutare l'opera dei traduttori – un po'

per scarsa competenza, un po' anche per ragioni di marketing: per tirare sul prezzo (è un marketing un po' primitivo ma sempre efficace).

Ora però la questione si sta facendo più spesso – se mi si concede l'icastico giovanilismo. Non è più una questione di ignoranza da un lato o di astuzia dall'altro. In alcuni ambiti commerciali in cui è molto frequente il ricorso alla traduzione su schemi testuali standardizzati, e persino nell'ambito dell'editoria cosiddetta di consumo, si sta facendo sempre più strada l'idea che il traduttore non faccia una professione liberale, ma un lavoro a cottimo, e che la traduzione non sia un'opera dell'ingegno, ma un prodotto serializzato che soltanto un'incomprensibile ritardo tecnologico non ha completamente affrancato dalla necessità di essere affidato a una persona e non a un software.

Di questa sensazione ho avuto una conferma che è stata come una puntura dolorosa quando ho ripreso in mano un opuscolo intitolato *TRANSLATION: BUYING A NON-COMMODITY*, pubblicato nel 2007 dalla ATA (American Translators Association) e avallato, tra gli altri anche dall'AITI, dall'ASTTI, e dalla BDÜ.

In effetti, se alcune delle maggiori associazioni di traduttori sentono il bisogno di diffondere un testo in cui si esorta i clienti e i committenti a NON considerare la traduzione una *commodity*, ciò significa che, attualmente, moltissimi clienti e committenti considerano la traduzione una *commodity* e si comportano di conseguenza.

Ma cosa significa, esattamente, *commodity*, e in che modo una traduzione può o non può essere considerata una *commodity*?

Nell'opuscolo della ATA, il termine viene definito, almeno per i nostri scopi, in modo abbastanza chiaro:

Lo zucchero semolato è una *commodity*. Qualunque sia l'uso pratico che se ne vuol fare, una confezione è identica a un'altra dello stesso peso. Se chiediamo a un amico di comprarci un pacchetto di zucchero, difficilmente ne specificheremo la marca, sicché l'amico si limiterà a scegliere la confezione meno cara. Anche i CD vergini sono diventati una *commodity*. Basta che abbiano capienza sufficiente per i nostri dati e il formato giusto per il nostro computer, e anche in questo caso l'acquisto si farà sulla base del prezzo più conveniente.

La *commodity*, insomma, è un bene che viene offerto sul mercato senza differenze qualitative che possano dipendere da chi lo produce: il petrolio,

l'energia elettrica, l'acqua potabile non cambiano a seconda dei fornitori. Si tratta di beni molto standardizzati, il cui prezzo è determinato quasi completamente dal mercato e molto poco dal produttore.

Nei mercati di oggi, che sono caratterizzati da un'offerta che tendenzialmente pareggia o addirittura supera la domanda, molti beni subiscono una *commoditization*, il che significa che perdono la loro differenziazione e vengono venduti e acquistati solo sulla base del prezzo: i medicinali cosiddetti "generici", ad esempio, o i componenti informatici o elettronici che non sono più coperti da brevetti.

D'altro canto c'è anche un movimento controcorrente: il tentativo, cioè, di diversificare alcuni beni tradizionalmente considerati *commodity* in modo tale da poter agire su di essi con le leve classiche del marketing: prezzo, confezionamento, distribuzione e pubblicità. Ad esempio, le benzine "high performance", i servizi telefonici.

Ora, la traduzione è o non è una commodity?

Dal punto di vista di noi traduttori è ovvio che *non* lo è. Ma dal punto di vista del committente-cliente? Mi ha colpito, nell'opuscolo dell'ATA, il paragrafo successivo a quello che ho appena citato:

Translation is not a commodity

This is important, so we'll say it again: Translation is not a commodity.

If it were, it would be enough to say: "You need a translation? Go out and ask several translation service providers how much they charge per word and choose the lowest figure." End of story.

Trovo questo passaggio struggente.

La traduzione non è una commodity.

Questo è un punto importante, per cui lo vogliamo ripetere: La traduzione non è una commodity.

Se lo fosse, basterebbe dire: "Ti serve una traduzione? Guardati intorno e chiedi a un po' di fornitori di servizi di traduzione quanto ti fanno pagare a parola, quindi scegli chi fa il prezzo più conveniente." Fine della storia.

Mi ha ricordato una scena del film *Elephant Man* di David Lynch. Quando il protagonista, John Merrick, grida contro la plebaglia che lo insegue attratta dalla sua mostruosità: "Non sono un animale. Non sono un animale! Sono un

essere umano. Sono... una persona!"

Anche in quel caso, il povero Merrick deve gridarlo due volte: "Non sono una commodity, non sono una commodity!"

È evidente che tutti sono convinti del contrario e molti clienti "acquistano" le traduzioni esattamente in questo modo.

Ora, cosa possiamo fare per ribaltare questa opinione sempre più diffusa e che è, oltre che sbagliata, anche molto negativa per noi, per la nostra professionalità e i nostri introiti?

Dobbiamo far leva su quello che distingue il nostro prodotto dalle commodity, cioè la dimensione artigianale, personale, irripetibile di ogni traduzione. Il fatto che sia *tailor made*, cioè su misura per il cliente; il fatto che venga incontro alle sue esigenze in modo specifico e diretto; il fatto che possa essere flessibile, intelligente, non serializzabile; che sia in grado di risolvere ogni volta problematiche diverse in modo diverso.

Insomma, il fatto che sia davvero un'opera creativa.

Solo così potremo confrontarci efficacemente con la concorrenza. Che non è, come ingenuamente potremmo ritenere, quella degli altri traduttori, ma tutto ciò che tende a far passare il concetto che la traduzione sia una *commodity*.
Ossia:

1. I traduttori automatici
2. I figli e le figlie dei marketing manager che hanno fatto tre mesi alla pari a Londra.
3. L'europano e il globish.

I traduttori automatici sono notevolmente migliorati. Tra i vari che ho provato quelli forniti dal sito www.lexicool.com/translate.asp?IL=2# sono quasi imbarazzanti per quanto sono buoni (a volte).

Per opporsi ai traduttori automatici è necessario proporsi come professionisti davvero eccellenti ma, d'altra parte, proponendosi come professionisti davvero eccellenti (e quindi pagati di conseguenza), il rischio è sempre quello di sentirsi dire: "Sì, certo, lei è davvero eccellente, ma io non ho bisogno di una persona così qualificata per la mia traduzione, che è molto semplice."

E qui entrano in gioco i figli dei marketing manager che sono stati in Inghilterra, le babysitter finlandesi, le badanti ucraine, il portinaio che ambirebbe ad arrotondare un po' lo stipendio.

Che ci crediate o no, ci sono diverse case editrici in Italia (e quindi, a maggior

ragione, molti clienti “commerciali”) che affidano le traduzioni agli studenti dei licei linguistici, e poi le rivedono internamente. Ma la cosa ancora più divertente è quando la revisione viene affidata ad altri studenti di licei linguistici – come dire: cane non mangia cane, ma anche se lo volesse mangiare, come farebbe visto che non ha denti?

In realtà, poi, con questo sistema di revisione incrociata tra incompetenti, il cliente si trova davanti a traduzioni zoppicanti che vengono riviste da revisori assetati di sangue perché sperano di accaparrarsi la commissione successiva, e quindi sparano ad alzo-zero, ma difficilmente sulle questioni veramente significative: più che altro le correzioni vertono su scelte individuali, questioni di gusto personale... insomma nulla di significativo, tutt'al più peggiorativo.

L'ultimo grande concorrente, che è probabilmente quello che, nel medio-lungo periodo ci darà più filo da torcere è l'europanto o il globish.

Si tratta di due “linguaggi” diversi e in qualche modo contrapposti.

L'europanto, almeno, è nato con l'idea di opporsi all'inglese standardizzato delle commissioni europee (il global english – globish) e, un po' per scherzo, un poco seriamente, è arrivato persino a darsi una grammatica.

Ma, in sostanza sono due aspetti della stessa tendenza.

Non credo affatto che l'europanto creato da Diego Marani sia destinato a sostituirsi alle lingue nazionali. Nessuno si metterà mai a studiare l'europanto, così come nessuno ha mai studiato l'esperanto.

Sono convinto, però, che l'aria d'Europa sia solcata da infinite lingue – parole, frasi, modi dire, suoni – e che questi “oggetti linguistici” tendano a depositarsi su tutti noi, sicché noi finiamo per apprenderli senza rendercene conto, così come abbiamo appreso la nostra lingua madre, in modo quasi naturale. E così, saremo sempre più in grado di capirci continuando a parlare lingue diverse, senza bisogno di qualcuno che ci traduca, perché gli elementi comuni di queste lingue tenderanno a predominare su quelli difforni.

Lo verifichiamo quotidianamente, nelle liste di ingredienti degli alimenti, nei bugiardini dei farmaci, nei manuali di istruzioni degli elettrodomestici.

Un possibile risultato sarà che ognuno di noi – e dei nostri figli – si troverà a parlare *il suo* europanto, *il suo* globish, che sarà allo stesso tempo diverso da ogni altra lingua, ma allo stesso tempo, comprensibile da tutti gli altri.

Di che cosa parleremo, in questo linguaggio meticcio? Di molte cose, certamente, anche se probabilmente non di tutto. Di affari, certo, ma

probabilmente non di politica economica; di amore, senz'altro, ma forse non di teoria dell'affettività. E qui, se abbiamo considerato fin'ora i concorrenti, possiamo cominciare a parlare di alleati.

E il primo alleato è la complessità.

Complessità di concetti, profondità di pensiero e quell'elemento di *imponderabile*, di schiettamente irripetibile e creativo che, nonostante tutti gli schemi preformattati e tutte le stringhe ricostruibili con i software di CAT (Computer Aided Translation), distingueranno sempre la traduzione (non tutte le traduzioni, probabilmente, ma solo quelle che valga la pena di commissionare) da una *commodity*.

Quando si tratta di affrontare la complessità, il traduttore non ha più rivali.

Perché c'è la complessità dei significati, ma anche la complessità terminologica, e la complessità sintattica – non solo quella che riscontriamo nel testo fonte, ma anche quella che ha a che fare con la differenza sostanziale delle lingue – quella che porta a parlare di *contrastive rethoric*.

Insieme, naturalmente, a tutta un'altra dimensione di complessità, che è quella che ha che fare con il pubblico di riferimento, il mercato di riferimento, le aspettative, le esigenze, i vincoli, le tradizioni di riferimento.

Questioni su cui può valere solo l'*esprit de finesse* che è tratto squisitamente umano, e non l'*esprit de geometrie*, su cui forse le macchine (e i parlanti nativi) potrebbero aver qualcosa da dire. Su questa complessità dobbiamo lavorare, renderci "competenti in complessità", ma naturalmente dobbiamo dimostrare (per primi a noi stessi) di meritarcene questa competenza.

Come si affronta la complessità?

In un libro di Paul Collins, la biografia dell'eccentrico inventore inglese Geoffrey Pyke, leggo:

A member of Churchill's staff apologized that he was at that moment in his bath.

Sembra una frase semplice, che il traduttore automatico di www.lexicoool.com rende così:

Un membro del personale di Churchill si scusò che era in quel momento nel suo bagno.

Se uno proprio volesse a tutti i costi parteggiare per il traduttore automatico potrebbe anche notare con favore l'uso del "che" polivalente, che dà alla frase un tratto di affabile quotidianità. Ma, in realtà, il problema è che la traduzione così com'è, significa che è il membro dello staff di Churchill a essere in bagno. È chiaro invece, dal contesto, che è il Primo ministro a trovarsi in bagno.

Questo tipo di problemi si trova spesso anche in greco. Perché anche in greco è d'uso il cambio di soggetto non definito all'interno di una frase, cosa che, in italiano, invece, è inaccettabile. Per cui, traducendo letteralmente una frase di Petros Markaris l'autore che traduco per Bompiani,

“Ο αστυνόμος Χαρίτος της είπε οτι, αν πήγαινε στα Λιόσια, θα κινδύνευε πολύ”,

dovrei dire: “Il commissario le disse che se andava a Liossia avrebbe corso grossi rischi”. Chi doveva o non doveva andare a Liossia? In italiano standard questa frase, se ammettiamo che sia sintatticamente corretta, può avere solo un significato: “Il commissario le disse che (lui) non sarebbe andato a Liossia perché era troppo rischioso”. Come si comprende dal prosieguo del testo, invece, è la signorina Karamitri che farebbe meglio a non andare a Liossia. Ora, che fare? Se esprimo il soggetto, come la sintassi italiana impone, allungo la frase, la diluisco e perdo di rapidità, di icasticità. Potrei anche introdurre il congiuntivo trapassato (se fosse *andata*), che mi permetterebbe di denotare il soggetto (femminile), senza esprimerlo. Ma vorrei evitare il congiuntivo, che in quel contesto sarebbe pesante. Quindi, se non esprimo il soggetto, corro il rischio di non farmi capire. Se però modifico la frase corro il rischio di complicarla.

In questo caso la mia soluzione è stata quella di passare al discorso diretto:

Il commissario disse: “Non vada a Liossia, signora Karamitri: rischierebbe troppo”.

Questo è un tipo di soluzione creativa che vorrei analizzare brevemente con voi, mettendone in rilievo elementi costitutivi, vantaggi e i problemi che apre.

Perché possiamo definirla *creativa*?

- Perché cerca di risolvere un problema in modo interno al sistema

linguistico d'arrivo, anche scostandosi dalla lettera del testo fonte, senza l'intenzione di stravolgerlo, ma anzi di rendergli un servizio.

Quali sono i vantaggi della soluzione?

- Mantenersi coerente con lo stile dell'originale, anche se a discapito della perfetta (ideale e irrealistica) sovrapposibilità con la traduzione.
- Aumentare il livello di leggibilità del testo, evitando soluzioni inutilmente complesse.

Quali sono i problemi e le domande che nascono di fronte a una scelta traduttiva simile?

- Una soluzione del genere sarebbe applicabile a un "classico"? Insomma, nel caso in cui si traduca Thomas Mann o Shakespeare si può sostituire un discorso diretto a uno indiretto?
- Un tipo di soluzione del genere richiede una negoziazione preliminare con il committente?

D'altra parte, vorrei farvi notare che lo stesso tipo di soluzione (cioè il ricorso al discorso diretto), non si presterebbe al brano di Collins:

A member of Churchill's staff apologized that he was at that moment in his bath.

Siamo in un saggio biografico del tutto privo di discorsi diretti – cosa che è, evidentemente, una scelta stilistica forte. Ma, d'altro canto, proprio perché siamo in un saggio, la possibilità di complicare leggermente il discorso è più praticabile. Quindi:

Un membro dello staff di Churchill si scusò: il Primo ministro si trovava in quel momento in bagno.

Anche questo segnala la creatività della traduzione: a problemi analoghi il traduttore creativo dà soluzioni diverse, perché le inserisce in testi e contesti diversi. Una cosa che il traduttore automatico non è in grado di fare.

Un'altra questione che richiede una certa dose di creatività è la soluzione dell'annoso problema delle forme di cortesia.

In questo caso, più che il sistema linguistico, a creare un problema di traduzione sono le convenzioni sociali. In greco, ad esempio, è indubbio che si usi molto più di frequente il "tu" rispetto alla forma di cortesia (che è il "voi"). C'è, in quest'uso del tu, a volte una chiamata a correo ("Commissario, lo sai

anche tu che la vita è dura per gli onesti”); a volte, invece, una certa sprezzatura, quasi un’intimidazione; altre volte, ancora, un residuo di quell’immediatezza che fu degli antichi greci e dei romani prima dell’impero. In tedesco, invece, l’utilizzo della forma di cortesia è – rispetto all’italiano – più diffuso.

Questo crea dei problemi di *attrito linguistico* con l’italiano, per cui rispetto alle all’uso invalso nell’italiano standard, in Canton Ticino si tende a utilizzare la forma di cortesia anche in situazioni comunicative che non lo richiederebbero.

Anche in questo caso, la soluzione non è scontata. Nel caso del greco, seguire pedissequamente il testo-fonte può portare a fraintendimenti. In Italia, nessuno darebbe del tu a un commissario di polizia, (a meno di non essere in una situazione di grande drammaticità e violenza). Forse solo un analfabeta di ritorno o uno straniero con poca dimestichezza con le nostre consuetudini linguistiche e le buone maniere, oppure, ancora, in un contesto dialettale. Per cui non si può tenere il “tu”, ma bisogna passare al “lei”. D’altra parte, però, perdere questo “tu”, fa perdere quell’icasticità, quella non-convenzionalità che è così tipica della lingua e della società greca, e allora bisogna trovare di nuovo una negoziazione su un livello diverso, che recuperi la spontaneità.

“Commissario”, disse passando al tu come spesso fanno i greci, “lo sai bene che la vita è dura per gli onesti”.

E questa è una soluzione che recupera la spontaneità nel testo, ma pone una maggiore distanza con il lettore che per un istante deve sospendere la sua identificazione con i personaggi per coglierne la *diversità*. Non è una soluzione indiscutibile, intendiamoci: ma è meditata.

Nelle traduzioni in italiano dei testi commerciali svizzeri, non sempre si nota una riflessione analoga.

[vedi esempio IKEA]

Siamo di fronte, insomma, all’eterna realtà irriducibile: ogni traduzione è una *negoziazione*. Tradurre dal greco all’italiano, dal tedesco all’italiano, dall’inglese all’italiano significa intraprendere una *negoziazione* tra lingue letterarie di carattere molto diverso. Una negoziazione nella quale qualcosa va mantenuto e qualcosa, fatalmente, va perduto.

Generalmente, nel tradurre dal greco all’italiano, va perduta l’icasticità a favore di una uniformazione, di una “normalizzazione letteraria”.

Nelle traduzioni dal tedesco, invece, io noto un irrigidimento della lingua d’arrivo.

Personalmente, nella mia pratica dal greco, ho sempre cercato di preferire il mantenimento dell'icasticità, cercando quindi un registro linguistico dell'italiano più colloquiale, più vicino alla lingua semplice, eppure straordinariamente realistica, dei bambini.

Traducendo dall'inglese, invece, il problema che mi pongo principalmente è di scostarmi il più possibile dai calchi sintattici, che sono come delle sabbie mobili, o delle sirene che ti attraggono irresistibilmente.

Sono queste le riflessioni e le considerazioni che ci possono aiutare a "customerizzare" la nostra traduzione, allontanandola il più possibile dalla sua "commoditizzazione".

Ma a questo punto, viene il momento di dare una definizione di creatività nella traduzione, perché a mio parere si tratta di un concetto che può dare adito a qualche fraintendimento.

E, per far questo, vorrei partire dalle undici domande che mi sono state inviate come stimolo per preparare questo intervento.

DOMANDA 1

Il traduttore deve fornire un lavoro oggettivo, la creatività è piuttosto soggettiva. Ho veramente il diritto di essere creativa? Potrei anche interpretare male e travisare il messaggio.

La questione è cruciale e viene posta a partire da due assiomi.

Il primo è che il traduttore debba fornire un lavoro oggettivo.

Il secondo è che la creatività sia soggettiva.

Personalmente non so se il lavoro del traduttore possa aspirare all'oggettività. E non saprei neanche se ciò sia auspicabile.

In una traduzione, l'oggettività (se c'è) è più che altro adesione a degli obiettivi che il committente ha richiesto di perseguire (chiarezza, perspicuità, coerenza con un *corpus* testuale di riferimento). Oltre questa negoziazione preliminare (che, secondo me, dovrebbe essere un punto cruciale, irrinunciabile di ogni lavoro di traduzione ma che, invece, spesso viene trascurata), non vedo *criteri oggettivi per l'oggettività*.

Voglio farvi due esempi. Il primo ha a che fare proprio con un testo legale, e spero che potrà servire come appoggio alla mia argomentazione. È la Costituzione degli Stati Uniti ed è stata scritta nel 1787.

We the People of the United States, in Order to form a more perfect Union, establish Justice, insure domestic Tranquility, provide for the common defence, promote the general Welfare, and secure the Blessings of Liberty to ourselves and our Posterity, do ordain and establish this Constitution for the United States of America.

[...]

All legislative Powers herein granted shall be vested in a Congress of the United States, which shall consist of a Senate and House of Representatives.

La prima traduzione, stampata a Venezia, nel 1797.

Noi, il popolo degli Stati-Uniti, volendo formare un'unione più perfetta, istabilire la giustizia, assicurare la tranquillità interna, provvedere alla difesa comune, favorire l'avanzamento del bene generale ed assicurare a noi ed a' nostri discendenti i benefizj della libertà, ordiniamo a stabiliamo questa costituzione per gli Stati-Uniti dell'America.

[...]

Tutt'i poteri legislativi qui accordati, risiederanno in un Congresso degli Stati-uniti, il quale sarà composto d'un senato e d'una camera di rappresentanti.

Una traduzione degli anni Cinquanta

Noi, Popolo degli Stati Uniti, allo Scopo di realizzare una più perfetta Unione, stabilire la Giustizia, garantire la Tranquillità interna, provvedere per la Difesa comune, promuovere il Benessere generale ed assicurare le Benedizioni della Libertà a noi stessi ed alla nostra Posterità, ordiniamo e stabiliamo questa Costituzione per gli Stati Uniti d'America.

[...]

Di tutti i poteri legislativi qui concessi sarà investito un Congresso degli Stati Uniti che consisterà di un Senato e di una Camera dei Rappresentanti

La traduzione reperibile su Wikipedia

Noi, il popolo degli Stati Uniti, al fine di perfezionare la nostra Unione, garantire la giustizia, assicurare la tranquillità all'interno, provvedere alla difesa comune, promuovere il benessere generale, salvaguardare per noi e per i nostri posteri il bene della libertà, poniamo in essere questa Costituzione quale ordinamento per gli Stati Uniti d'America.

[...]

Tutte le competenze legislative qui previste saranno conferite a un Congresso degli Stati Uniti, composto da un Senato e da una Camera dei rappresentanti.

In queste traduzioni si notano molteplici influssi che sono legati al tempo (*istabilire, benefizi*), alle mode e ai modi (“competenze legislative”, “saranno conferite”), alla volontà di dare un’interpretazione “filologica” con “strumenti originali” (conservare le maiuscole), alla situazione politica (alla fine del Settecento i poteri si “accordano”; negli anni Cinquanta si “concedono”, oggi vengono “conferiti”), che smentiscono il concetto di “oggettività” della traduzione, inserendola invece piuttosto in un contesto di *trattativa*, di *negoziazione* incessante.

Se ci soffermiamo, ad esempio, su quest’ultimo punto, la traduzione della parola *granted*, ci rendiamo conto che non possiamo tradurlo senza sapere *a priori* che cosa vogliamo tradurre.

Il secondo esempio che vi propongo, è di ambito letterario, ma lo trovo interessante proprio perché parte da un testo-fonte che ha tutte le caratteristiche della monumentalità – un po’ come quello della Costituzione degli Stati Uniti, e quindi sembrerebbe il migliore esempio di oggettività da perseguire. In più è un testo che ha una tradizione secolare di versioni, il che da un lato crea dei vincoli straordinari, ma dall’altro scompagina completamente il concetto di *oggettività*, ponendo in maniera forse impreveduta i vincoli e l’oggettività su piani quasi opposti: come dire, tanto più lunga e variata è la tradizione traduttiva, tanto minore è l’oggettività della traduzione, ma tanto maggiori e numerosi sono i vincoli a cui il nuovo traduttore non si può sottrarre.

*To be, or not to be: that is the question:
Whether 'tis nobler in the mind to suffer
The slings and arrows of outrageous fortune,
Or to take arms against a sea of troubles,
And, by opposing, end them. To die: to sleep –*

*No more; and by a sleep to say we end
The heartache and the thousand natural shocks
That flesh is heir to – 'tis a consummation
Devoutly to be wish'd.*

Hamlet, III, scena prima.

Qui abbiamo a che fare con una tradizione secolare di traduzioni e di rappresentazioni. È per questo che sono andato innanzi tutto a vedere le traduzioni-doppiaggi in alcuni grandi film.

Ecco il testo che recita Laurence Olivier nel 1948:

Essere o non essere, questo è il problema. Nobile forse è più l'anima che sopporta le frecce e gli urti di una fortuna avversa, o invece l'armi in pugno, e combattendo, la tempesta dei mali, lottando doma. Morire, dormire, e poi basta, e con il sonno mettere fine alle angosce del cuore e alle mille altre insidie che la carne comporta: consumazione degna di venir invocata.

Nel 1955, Vittorio Gassman recita:

Essere, non essere: qui sta il problema. Cos'è più degno: patire gli strali, i colpi di balestra di una fortuna oltraggiosa, o prendere armi contro un mare di affanni e contrastandoli por fine a tutto? Morire, dormire: non altro. E con il sonno poter dire che si è messo fine alle fitte del cuore, ad ogni infermità naturale alla carne: grazia da chiedere devotamente.

Nel 1990, Mel Gibson, nel film di Zeffirelli medita:

Essere o non essere, tutto qui. È più nobile per l'anima sopportare impavidi i colpi e le frecciate della fortuna ostile, o davanti all'oceano dell'infelicità, rifiutarsi, dire di no: prendere un'arma e finirla. Morire, dormire, niente altro. E in quel sonno di morte placare gli spasimi, del cuore annegare tutte le infinite miserie di cui è schiava la nostra carne. Perché mai non arrivare a questa conclusione?

Infine, nel 1995, è la volta di Kenneth Branagh:

Essere o non essere, questo è il quesito. Se sia più nobile nell'animo sopportare i sassi e le frecce di un destino atroce, o prendere le armi contro un oceano di guai e combattendo

annientarli. Morire, dormire, nient'altro, e con quel sonno dire no ai dolori del cuore e agli infiniti colpi naturali che la carne ha ereditato, è una conclusione da desiderare a mani giunte.¹

Il problema nel doppiaggio consiste spesso nell'adeguare il testo al labiale, ma al di là di questo è evidente che ci vuole fedeltà non solo al testo di Shakespeare, ma anche alla messa in scena. Oltre, naturalmente, a un confronto con la tradizione letteraria.

Per questo, motivo, una traduzione come questa di Goffredo Raponi (che, tra l'altro è l'unica che si trova in Internet, e la cosa è interessante perché potrebbe diventare, tra breve, anche la più conosciuta), mi lascia perplesso:

*Essere, o non essere...
questo è il nodo: se sia più nobile animo
sopportar le fiondate e le frecciate
d'una sorte oltraggiosa,
o armarsi contro un mare di sciagure,
e contrastandole finir con esse.
Morire... addormentarsi: nulla più.
E con un sonno dirsi di por fine
alle doglie del cuore e ai mille mali
che da natura eredita la carne.
Questa è la conclusione
che dovremmo augurarci a mani giunte.*

Se il criterio dell'oggettività della traduzione reggesse veramente, una sola di queste traduzioni sarebbe corretta o, quanto meno, dovremmo essere in grado di estrarre, ora da una ora dall'altra, il verso meglio tradotto. Cosa che invece non si dà. Ma non solo: tradurre nuovamente il monologo del III atto dell'*Amleto*, se il criterio dell'oggettività reggesse veramente, sarebbe inutile. E invece, si può e forse è anche un'operazione interessante:

*Essere o non essere. Bella domanda. Fai più bella figura a startene lì, in silenzio, a beccarti le bastonate della sfiga che si diverte a prenderti per i fondelli, oppure vedi di reagire contro una marea di guai, e magari riesci anche a metterci una pezza?
Morire... dormire. Ti piacerebbe, eh? Così non ci pensi più e con una dormita la finisci con il mal di cuore e tutti gli altri casini che hai messo in piedi. Cavolo, sarebbe una bella fine, eh? Da metterci la firma!*

Certo, se preferiamo liberarci di Amleto e del suo dramma relegandolo nel

limbo della cultura paludata da cui non gli sarà facile darci fastidio con il suo pungolo, questa idea di traduzione è impraticabile. Ma se, invece, pensiamo davvero che Amleto sia una figura perenne dello spirito occidentale, e se lo vediamo agire anche oggi, tra noi, ecco che una traduzione nel linguaggio contemporaneo potrebbe essere una strada da percorrere.

Quindi, per concludere questa parte, e ritornando alla domanda:

Il traduttore deve fornire un lavoro oggettivo, la creatività è piuttosto soggettiva. Ho veramente il diritto di essere creativa? Potrei anche interpretare male e travisare il messaggio.

direi che, posto che la traduzione non potrà mai essere oggettiva, traducendo un testo – sia esso amministrativo, legislativo, letterario, commerciale – mi aspetto di avere preliminarmente dal committente griglie di riferimento ben chiare, obiettivi definiti, un repertorio terminologico e una serie di vincoli espliciti, che mi permetteranno di muovermi all'interno del testo-fonte e del testo d'arrivo con una mappa e degli strumenti precisi.

Ed è proprio a quel punto che mi servirà la creatività: non per travisare il messaggio, ma per tradurlo esattamente secondo l'obiettivo che mi sono posto; non per aggiungere un elemento mio personale, ma per dargli l'interpretazione più adeguata.

DOMANDA 2

È lecito infondere creatività in un testo che ne è completamente privo? Basti pensare a leggi, ordinanze e testi amministrativi.

La risposta è che non si tratta di “infondere” creatività a un testo che ne è privo, ma di risolvere creativamente i problemi che il testo ci pone.

Per cercare di spiegare quello che intendo, vi propongo due esempi completamente diversi, ma che vengono presentati dalla stessa traduttrice. Nel primo, secondo me si risolve in modo assai brillante e creativa un problema di definizione all'interno di testi “non creativi”.

Il secondo, invece, mostra un modo a mio parere molto discutibile di “infondere” creatività in un testo.

Utilizzare la definizione al posto della traduzione

Traggo dagli atti della Terza Giornata della REI, Rete di Eccellenza

dell'Italiano Istituzionale. Beatrice Oddone, giurilinguista italiana che opera presso la Corte di Giustizia delle Comunità Europee si pone il problema di tradurre l'espressione inglese (ma ormai di uso corrente) “**golden share**”.

Inizialmente pensa di tradurre il termine con “azione specifica”, sul calco di (“*action spécifique*”).

Ma la traduzione in italiano è ancor meno comprensibile dell'espressione inglese ormai correntemente utilizzata in gergo tecnico.

Posto che il compito del traduttore è anche quello di dipanare la matassa dei gerghi tecnici rendendoli comprensibili anche ai non addetti ai lavori, alla fine si opta per la seguente traduzione:

“azione che conferisce poteri speciali (*golden share*)”.

In questa scelta traduttiva, che giudico interessante, vediamo agire alcune dinamiche.

Innanzitutto, posto che non il termine non sia direttamente traducibile, si opta per usare come traduzione la sua definizione. Questo, ovviamente, porta a un incremento del numero di battute della traduzione (e quindi, potenzialmente, a un maggior costo, probabilmente anche a una modifica di impaginazione e quindi si tratta di un intervento di cui il committente, in linea teorica, dovrebbe essere informato in anticipo).

Inoltre, accanto alla definizione – proprio perché la traduzione non esiste – si sceglie di inserire il termine originale. In questo caso, la scelta è doppiamente giustificata dal fatto che il termine originale è ampiamente noto e non utilizzarlo potrebbe addirittura portare a un fraintendimento.

La creatività della soluzione sta nel fatto che prende elementi qua e là (il calco del francese, il fatto che il termine sia già comprensibile e utilizzato in Italia, l'obiettivo di rendere il testo comprensibile ai non addetti) e li unisce in un amalgama nuovo, con un testo d'arrivo che non era né incluso, né prevedibile nel testo fonte e che, con quest'ultimo, mantiene un legame di stretta relazione, anche se se ne rende indipendente.

Un tipo di creatività che non condivido

Se la prassi di Beatrice Oddone mi trova nel caso di *golden share* del tutto concorde, devo ammettere che, sempre nello stesso contributo per la Terza Giornata della REI, la collega mi delude un po'. Cito:

La finalità perseguita dal giurista linguista: chiarezza dello stile e precisione terminologica

Premetto che i destinatari della giurisprudenza della Corte e, quindi, della nostra attività di traduzione sono – non solo e non tanto – gli Stati membri o le parti in causa o i loro avvocati, quanto piuttosto i cittadini dell’Unione, soggetti del diritto comunitario. In questa prospettiva assumono particolare pregnanza nel nostro lavoro i criteri guida della chiarezza e della precisione terminologica. Per quanto riguarda la chiarezza dello stile – e concentro qui la mia attenzione in particolare sulle sentenze della Corte – [...] si tratta di un punto di forza del linguaggio della Corte, inerente al meccanismo stesso di redazione delle sentenze. Il testo della sentenza che scaturisce dalla deliberazione nasce da una mediazione tra la lingua e la *forma mentis* di giudici che esprimono contesti giuridici e culturali tra loro spesso diversissimi. Peraltro, nella maggior parte dei casi la lingua di lavoro impiegata – il francese – è la lingua materna soltanto di alcuni, o anche di nessuno, tra i componenti del collegio giudicante. Ne risulta così un linguaggio di regola stilisticamente neutro, che si articola in proposizioni brevi e concrete, prive di ricercatezza, molto lontane da quelle che siamo abituati ad incontrare nelle sentenze dei giudici italiani, soprattutto di merito.

Spesso per chi traduce ciò non è molto stimolante, dunque i nostri lettori vorranno perdonarci se a volte, per riscattarci da tanta chiarezza e nostalgici del nostro buon vecchio giuridichese un po’ borbonico, nel tradurre ci lasciamo andare a qualche compiacimento arcaicizzante (i “non cale”, i “giocoforza”, i “dacché”).

Non si può essere d’accordo. Immagino ci sia un elemento scherzoso, perché, altrimenti, sarebbe un modo censurabile di inserire la creatività nel proprio lavoro.

Infatti, la creatività, per il traduttore (ma questo vale per ogni tipo di lavoro che abbia a che fare con la scrittura), non è mai un modo di complicare le cose, ma – al contrario – di renderle più agevoli per il lettore. Creatività non significa “la bella frase”, che in sé è un concetto privo di senso, ma l’elaborazione di un’efficace strategia di comprensione. E quindi, di fronte a un originale che “ha nella chiarezza il suo punto di forza”, e “si articola in proposizioni brevi e concrete”, lasciarsi andare a “compiacimenti arcaicizzanti” be’... è proprio un peccato imperdonabile (in terra) di cui si

rischia di dover dar conto all'Onnipotente nel giorno del giudizio.

Ho come la sensazione, ripensando a questa uscita della Oddone, che aleggi ancora un'idea perniciosa, di cui la scuola (almeno in Italia) è stata il colpevole veicolo di contagio. L'idea che il testo creativo sia quello paludato, che le parole vadano scelte tra quelle *vaghissime ed elevate*, che la bella pagina sia quella grondante congiuntivi e subordinate.

Vade retro, Satana!

La bella pagina è quella che comunica con efficacia, precisione, immediatezza, freschezza, senza ambiguità e senza perdite di tempo esattamente quel che si voleva comunicare. Che può essere anche una divertente presa in giro degli Azzecagarbugli, e che quindi gronderà di *imperocché* e anacoluti ma che, altrimenti, sarà chiara, fresca dolce acqua di sorgente a bassissimo contenuto di legalese.

Ma, per trattare la questione della creatività in testi apparentemente privi di qualsiasi appeal, voglio fare un altro esempio, stavolta tratto dal marketing.

L'espressione tedesca *Normalpreis*, viene utilizzata da moltissime aziende della Svizzera tedesca, in particolare in occasione di sconti, promozioni, offerte. Quando si tratta di venir tradotta in Italiano, è trattata in maniera diversa.

La COOP scrive:

Normalpreis → Einführungspreis
Prezzo normale → Prezzo di introduzione

Nelle traduzioni della Migros, invece, non trovo mai il termine "Prezzo normale":

Bei Buchungen über eine vorhandene KeyCard wird der Normalpreis analog Tageskassen-Preis bezahlt.

Per prenotazioni effettuate tramite KeyCard preesistenti, il prezzo addebitato corrisponde a quello regolare alla cassa.

All'interno della cartellinistica Migros, non c'è mai il concetto di "Normalpreis", ma sempre:

"Ora... finora".

Sport Point, invece, recupera "prezzo normale" in contrapposizione a "prezzo

società” (Vereinpreis).

In Manor non trovo mai “prezzo normale”, in Denner a volte sì.

In Italia, non c’è mai locuzione “prezzo normale”.
Perché?

Per due ragioni fondamentali:

1. Se esiste un prezzo che può essere definito “normale”, sembra che il prezzo che viene praticato sia in qualche modo “anomalo”, anormale.
2. La parola “normale” è del tutto priva di appeal. In un’azienda commerciale *nulla* può essere normale, neanche un prezzo.

Quindi in Italia, anche nei centri commerciali “d’importazione” (Carrefour, Despar, Darty), non troverete la dicitura “prezzo normale”, ma sempre:

Prezzo intero... prezzo di lancio
Prezzo unitario
Prezzo di listino
Prezzo consigliato
Prezzo al pubblico ... prezzo per te

L’espressione “prezzo normale”, in effetti, mi fa venire in mente il modo in cui Michele Cortelazzo definisce l’*attrito linguistico*, cioè il “cambiamento della grammatica della lingua materna di un parlante che ha un contatto prolungato con una lingua straniera”.

Questo fenomeno – continua Cortelazzo – “porta a una lingua stralunata, che da un lato rispetta le regole grammaticali, ma allo stesso tempo ‘è diversa’. C’è qualcosa che non quadra: è un testo che sa di artificiale: nessun italiano avrebbe scritto così quel testo”.

Tornando al nostro punto di partenza, e visto che stiamo parlando di marketing, vorrei ripetere che essere creativi, per un traduttore, è fondamentale, per distinguere il suo prodotto ed elevarlo al di sopra del rango delle *commodities*. Ma perché il suo prodotto, la sua traduzione sia superiore alle *commodities* deve avere delle caratteristiche che queste non hanno. Ad esempio, deve essere aggiornato con i modi di dire, le mode e le tendenze. Per dirlo con un anglicismo, *up to date*.

Ad esempio, in Italia sono abbastanza convinto che molti si chiederebbero che cosa sia un

Detergente per rigovernare.

che è un prodotto in vendita dalla Denner.

Mi chiedo se la stessa perplessità potrei averla qui in Svizzera.

Probabilmente, in Svizzera si usano ancora termini come “apparecchiare”, “tavola imbandita”, “sbrigare le faccende di casa”, e “rigovernare”. Può essere perché effettivamente, tutti gli studi notano nell’italiano che si parla nella Confederazione una tendenza conservatrice – che del resto è tipica delle isole linguistiche.

In Italia, invece, molte espressioni vanno scomparendo. Facendo una ricerca su Internet, ad esempio, c’è una sola occorrenza della locuzione: “Detergente per rigovernare”. Si trova nel sito: “cultura in abruzzo.it”

L’acqua di cottura, ricca di amido, era un ottimo detergente per rigovernare le stoviglie, non veniva buttata, quel poco grasso, quel vago sapore di sugo che rimaneva (davvero poco, i piatti erano già stati sottoposti a scarpetta) veniva dato al maiale che ne era particolarmente ghiotto.

Ma non rammarichiamoci troppo: le espressioni scompaiono ma non lasciano un vuoto, perché vengono sostituite da altre, diverse, ma non meno interessanti.

Per farvi un esempio molto attuale, ascoltando le dirette dei mondiali, in questi giorni, mi sono reso conto che è scomparso un termine un tempo usatissimo: *contropiede*.

Nelle cinque o sei partite che ho seguito, non l’ho mai sentito. È stato sostituito da *ripartenza*.

Per qualche anno *contropiede* sarà una parola ancora comprensibile. Poi, via via che i vecchi barbogi nati fino agli anni Settanta “passeranno a miglior vita” (già, che significa?), se qualcuno non lo riporta in auge se ne perderà il ricordo... “Contropiede? Non so che significa, chi l’ha detto? L’Andrea. Ah, ma figurati, quello dice anche che ‘rigoverna’ i piatti.”

Ciò detto, attenzione: tutto ciò non significa affatto che le possibilità che ci vengono offerte dalla lingua si stanno riducendo. Al contrario. Siamo noi che dobbiamo aggiornare il nostro repertorio linguistico in modo da renderlo “customerizzato” e non “commoditizzato” con la assoluta consapevolezza che la ricchezza che la lingua ci offre è tale e tanta che un testo potrebbe essere tradotto (sempre fatti salvi i vincoli posti dal committente), in infiniti modi, tutti

corretti.

Ma rimaniamo sulla questione della creatività e nell'ambito del marketing. Traducendo comunicati pubblicitari, è importante rendersi conto che la mentalità dei consumatori cambia di paese in paese, e quindi tutto il processo di traduzione deve confrontarsi con questo dato.

L'italiano, per esempio, è una lingua legata a una mentalità accomodante, che rifugge da prese di posizioni troppo rigorose, in cui il termine "rigido" ha una connotazione automaticamente negativa.

Quindi, anche nell'organizzazione delle frasi, nella scelta dei vocaboli, nel punto di vista adottato nel processo di comunicazione, l'italiano (inteso come lingua e come parlante) tenderà a rispecchiare questo atteggiamento.

Il tedesco non mi pare abbia questo tipo di tendenza, per cui, quando il produttore di cosmetici svizzero presenta la sua linea di prodotti scrive:

Die besonders milde Pflegelinie für die ganze Familie. PH-sensitive 5.5. Speziell entwickelt für die empfindliche Haut, *stabilisiert und schützt sie den natürlichen Säureschutzmantel.*

Sofferamoci su *Säureschutzmantel*. Basta una ricerca su Internet per scoprire che l'espressione "manto acido della pelle" viene utilizzata solo in ambito medico-scientifico (dermatologi, istituti di formazione per estetisti) e per prodotti venduti in farmacia, con un'aura leggermente inquietante per clienti un po' ossessive.

Tutti gli altri produttori preferiscono parlare di

naturale ph della pelle.

La stessa cosa si può dire per un'espressione come

Die sorgfältige Auswahl von Inhaltsstoffen für die PH-sensitive 5.5-Produkte gewährleistet beste Hautverträglichkeit. *Trocknet die Haut auch bei häufiger Anwendung nicht aus.*

Non troverete facilmente in Italia prodotti che "non seccano la pelle anche se vengono usati frequentemente". È molto più probabile che possiate acquistarne di quelli che:

Mantengono la pelle sempre idratata, anche se utilizzati di frequente.

Creatività nella traduzione significa quindi anche essere a contatto con il target, capire come si esprime e cosa si aspetta. Tra:

Carissimi bambini, adesso questo prelibato snack con pan di Spagna e un delicato ripieno di crema al latte, lo trovate anche dal vostro rivenditore di fiducia.

e:

Ehi, ragazzi, grandi notizie! Da oggi questo fantastico snack al pan di Spagna pieno zeppo di crema al latte lo trovate anche nel negozio sotto casa.

Che cosa pensate che potrà attirare maggiormente un bambino?

Un atto creativo – di scrittura e di traduzione creativa – è proprio quello di scegliere tra tutti i vocaboli e le costruzioni sintattiche possibili ciò che serve esattamente al caso nostro.

Il professor Cortelazzo, che frequenta spesso la Svizzera e di cui ogni tanto leggo gli interventi sul “Corriere del Ticino”, è un fautore della semplificazione della scrittura amministrativa. Un’esigenza che è presente anche nel marketing, e che richiede un grande sforzo di creatività. La creatività che serve per scegliere, tra tutte le traduzioni possibili, quelle migliori, dal punto di vista della comprensibilità.

Voglio darvi qualche linea-guida, in questa direzione, una sorta di griglia su cui lavorare creativamente:

- Brevità e snellezza nella costruzione Sintassi semplice
- Controllo ed eliminazione delle ripetizioni non funzionali
- Controllo degli usi e delle preferenze dei linguaggi specifici
- Evitare burocratismi, termini desueti o elevati
- Coerenza di linguaggio
- Preferenza per i modi personali del verbo
- Non appiattirsi sulla lingua fonte (attenzione al calco) a meno che l’appiattimento non sia già consolidato

E creatività può anche voler dire *non tradurre* in toto, o parzialmente. E anche in questo caso è il traduttore che deve proporre la soluzione, o almeno essere un elemento cruciale in questo processo decisionale.

Un caso di *non traduzione*, su cui riflettere anche tornando indietro alle considerazioni che facevamo sul *globish* e l’europanto è quello del marchio Diesel.

[vedi nelle charts]

Il caso del marchio Toy'r's, della catena di negozi di giocattoli americana è egualmente interessante.

Quando sbarca in Italia, il marchio si rivela incomprensibile, illeggibile per la maggior parte degli italiani. A quel punto un buon principio di marketing impone di cambiarlo. Cosa che un'azienda *marketing-oriented* non esita a fare, perché, naturalmente, il cliente, le sue esigenze ed eventualmente anche i suoi limiti devono venire prima di tutto! E infatti il marchio diventa, semplicemente "Toys".

Tornando alle vostre domande

DOMANDA 3

Forse il discorso della creatività si addice maggiormente al genere letterario/redazionale. Lei ha dovuto discutere delle sue scelte con un cliente? C'è anche un ragionamento commerciale in tutto ciò?

Non credo che la creatività sia limitata alla traduzione letteraria. Certo, traducendo, chissà, Lewis Carroll ci si può imbattere più facilmente in testi del genere:

*Twinkle, twinkle, little bat!
How I wonder what you're at?*

Vorrei sottoporvi cinque diverse traduzioni di questo distico, e poi vorrei sapere da voi che cosa preferite.

"Trilla trilla, pipistrello / mezzo sorcio e mezzo uccello" (Cagli)

"O pipistrello baluginante / cosa pensi in questo istante?" (Graffi)

"Zitto zitto pipistrello / corri avvolto in un mantello" (Giglio)

"Pipistrello, ti par bello / far pipì dentro l'ombrello?" (Scialoja)

"Brilla brilla pipistrello! / Sarai topo o sarai uccello?" (D'Amico)

Se riusciamo a dire quale di queste traduzioni preferiamo e perché, se riusciamo a fissare anche una specie di griglia in base alla quale preferire l'una all'altra, avremo fatto un buon passo avanti anche per rispondere alla quarta domanda che mi avete posto, e che è la seguente:

DOMANDA 4

Se poi il collega che mi fa la revisione non è d'accordo con la mia traduzione creativa? Chi ha ragione alla fine?

Devo dire che se mi confronto con le persone che mi hanno posto le domande, sembriamo su posizioni opposte. Dalle domande che mi sono state poste, mi pare che la creatività sia considerata una sorta di arma pericolosa, che ci è stata consegnata in forza del III emendamento, ma che è del tutto fuori controllo, e più che altro può essere utilizzata in modo personale, incomprensibile, discutibile. Un'arma che si dovrebbe contrapporre a una "oggettività", a una regola, che però non viene esplicitata.

Io la penso esattamente al contrario. Per me la creatività è un'arma molto potente che può essere messa al servizio delle regole e che può essere valutata secondo criteri condivisi (non oggettivi, ovviamente), ma tuttavia condivisi.

Quindi, se adotto una soluzione creativa in una traduzione e sottopongo il lavoro a una revisione, non ho nulla da temere perché con il revisore condividiamo i criteri e gli obiettivi della traduzione e sappiamo entrambi che la mia soluzione sarà accettata, se è razionale nei confronti dello scopo.

Detto questo, è chiaro che dal processo di revisione sono banditi criteri personalistici, gusti o idiosincrasie personali ("La parola *pure* non mi piace. Usi "anche", per favore", mi è stato detto una volta. Al che io ho risposto: "Ma questo non me l'aveva specificato, non c'era negli standard di cui avevamo discusso. E poi ho usato 'anche' due righe fa").

Parlando di revisione, e criteri di revisione, passo a un'altra domanda che ho trovato molto interessante:

DOMANDA 5

Dove finisce la creatività e dove inizia l'ipertraduzione?

Il problema dell'ipertraduzione è sottile. Nell'editoria si aborriscono le note, ma capita spesso che il livello di "esoticità" di un testo non sia facilmente sostenibile dal lettore comune. È spesso in questi casi che viene la tentazione di ipertradurre. A volte, con risultati divertenti:

Half-loaf of bread, solid as masonry. A wedge of cheese, Shropshire blue, crusty at the edges. Two apples from the orchard.

Una mezza pagnotta dura come il marmo. Un pezzo di formaggio gorgonzola dello Shropshire, già crostoso ai bordi. Due mele dal frutteto.

Un problema di creatività è quello di tradurre questa parola:

Then, with the formalities over, a handful of *mourners* drifted haphazardly back towards the welcoming doors of the pub.

Poi, finite le formalità, un gruppetto di *dolenti* tornò come per caso verso le porte accoglienti del pub.

DOMANDA 6

I sistemi di traduzione assistiti (workbench, Transit), uccidono la creatività? Se è vero, è consigliabile bandirli per i testi esclusivamente o prettamente redazionali?

In effetti, non riesco a capire come i CAT possano uccidere la creatività. Avere dei pattern di traduzione costanti è molto utile perché, all'interno di un testo, un obiettivo che dev'essere sempre tenuto sott'occhio è l'uniformità.

L'uniformità è l'elemento che dà compattezza al testo, aiuta il lettore a districarsi nella sua struttura, lo rassicura, gli evita molte possibilità di fraintendimento e, allo stesso tempo, riflette sul produttore del testo (autore, editore, ente o azienda) un'immagine di coerenza, solidità, affidabilità.

Così come Dalì faceva sempre i cassetti flosci o in Gentile da Fabriano troviamo sempre quelle elegantissime *textures* sui fondali dorati che venivano stese dai garzoni di bottega con un processo tecnico che utilizzava teli e graticci, così il CAT ci premette di mantenere con maggiore facilità le costanti dei nostri testi, senza doverci perdere troppo tempo.

I rischi dei CAT, a mio modo di vedere, sono due.

Il primo è che i committenti, quando lo richiedono, poi tendono a chiedere anche uno sconto. E questo è veramente seccante, perché il CAT costa ed è ironico che uno debba investire dei soldi per guadagnare di meno.

L'altro rischio è che se in una determinata stringa ci sono degli errori, questi errori tendono a replicarsi più facilmente. I controlli sulle stringhe "100%

match” si tendono a fare per ultimi, se c’è tempo e se si viene pagati per farlo. D’altra parte, come scriveva qualche giorno fa una traduttrice nella lista discussioni AITI:

Bisogna affrontare il problema di produttività senza farsi delle illusioni sulla traduzione perfetta. La traduzione non è mai perfetta, quando si parla della qualità non è mai la Qualità (assoluta), ma piuttosto la corrispondenza alle esigenze del cliente. Questo ci insegna il marketing.

Un altro punto è la corrispondenza qualità/prezzo. Se il cliente esplicitamente non mi paga per rileggere i 100% match, io non li rileggo. Punto. Nel mio caso spesso ci sono 10-15 mila parole di 100% match contro 900-1200 di nuovi/fuzzy. Mi sembra assurdo lavorare 3-4 giorni, ricontrollando tutto, se vengo pagata per mezza giornata. La responsabilità finale non è mia, è del cliente stesso.

Ah, quanta saggezza in queste semplici parole.

DOMANDA 7

In Svizzera ci sono tanti esempi di “pseudo-creatività”, ad esempio quella dei testi pubblicitari. Che cosa ne pensa dei traduttori che magari decidono di fare di testa loro ma con risultati discutibili?

La valutazione della creatività di un annuncio pubblicitario è una questione complessa. Se da un lato, naturalmente, entrano in gioco molti elementi di gusto, se non addirittura di *buon gusto*, che possono essere personali, ma anche condivisibili da un punto di vista estetico, dall’altro non si deve dimenticare che la pubblicità non è un’arte pura, ma uno strumento di marketing, che ha un obiettivo preciso: far conoscere un prodotto e indurre in consumatore a provarlo.

Di conseguenza, per valutare appieno un comunicato pubblicitario dovrei anche sapere se è riuscito nel suo obiettivo di marketing. Per cui può capitare che pubblicità molto belle, eleganti o divertenti non servano al prodotto, mentre altre – sgraziate, volgarotte o addirittura imbarazzanti – servano egregiamente al loro compito e quindi, siano difficilmente attaccabili.

L’ideale, naturalmente, è una pubblicità che funzioni e che sia, allo stesso tempo, elegante e gradevole. Possiamo comunque farci un’idea un po’ più argomentata di un comunicato pubblicitario se cerchiamo di valutarlo secondo questo tipo di caratteristiche:

- Si rivolge adeguatamente al *target* di acquisto del suo prodotto?
- La tecnica realizzativa e l'idea sono coerenti con le aspettative e i gusti del *target*?
- Il tipo di comunicazione è coerente con le condizioni del mercato in cui il prodotto si colloca?
- La promessa che veicola è interessante, convincente e originale?

Detto questo, vorrei aggiungere la mia opinione sui traduttori che si “improvvisano” pubblicitari.

A mio parere fanno bene. E per diverse ragioni.

Innanzitutto il mercato è in contrazione – l'abbiamo visto – sia perché la domanda non cresce, sia perché cresce l'offerta e quindi la concorrenza, sia perché la globalizzazione tende a far abbassare i prezzi. In una situazione del genere, quando gli avvocati divorzisti si improvvisano consulenti del lavoro e gli architetti fanno i geometri, non vedo perché un traduttore non possa offrire la sua consulenza come copywriter.

In secondo luogo, nella localizzazione un traduttore, almeno in teoria, dovrebbe essere imbattibile. Conosce la realtà della società in cui il prodotto andrà venduto, ma comprende anche il messaggio originale, e quindi può realizzare una mediazione ideale. Certo, anche in questo caso, la creatività non deve essere interpretata come “Faccio quel che mi pare, come mi viene e chisseneimporta”. Essere creativi significa rendersi conto degli obiettivi che ci si pongono e muoversi di conseguenza.

Una volta entrati in quest'ottica di controllo, autocontrollo e consapevolezza, penso che un traduttore che si proponga come “consulente di comunicazione globale”, ossia come l'esperto nel gestire il passaggio efficace tra le lingue, sia del tutto credibile e, anzi auspicabile.

DOMANDA 8

Quali testi di grammatica e di scrittura aziendale, manuali di traduzione o più in generale di scrittura creativa o creatività non devono assolutamente mancare nella biblioteca di un traduttore?

Oggi ci si può liberare da molti fardelli, dato che un gran numero di strumenti è disponibile su Internet. Tuttavia alcuni libri sono ancora indispensabili.

Il primo è una grammatica. La migliore in assoluto oggi, per l'italiano si intitola *Italiano*, il suo autore è Luca Serianni ed è pubblicata da Garzanti. Secondo me bisogna acquistarla anche se si dispone di altre grammatiche perché è una pietra di paragone impareggiabile. La parte scientifica è suddivisa

secondo le classiche nove parti del discorso – articolo, congiunzione, preposizione, nome, pronome, aggettivo, avverbio, verbo, interiezione – e in appendice offre un prontuario piuttosto esauriente. Una grammatica deve servirci non solo a dipanare dubbi momentanei – ma soprattutto a dare un’impostazione generale al nostro modo di scrivere. Inoltre, poter disporre di un’ottima grammatica permette al traduttore di avere un’arma adeguata nel caso sorgano dispute con i committenti o i revisori. Serianni, da questo punto di vista è molto utile e autorevole, anche perché, da scienziato della lingua, Serianni ha l’atteggiamento rigoroso, da un lato, e aperto dall’altro che è l’unico produttivo in questo settore.

Un’altro testo che secondo me è indispensabile è il *Manuale di stile* di Roberto Lesina, pubblicato da Zanichelli. Si tratta del prontuario più affidabile e completo delle norme redazionali. Vi è praticamente tutto: quando si usano le virgole e le virgolette, dove vanno e dove non vanno gli spazi, come usare i corsivi, i maiuscoletti, come indicizzare un sommario, come fare una tabella o un elenco, quanti sono i tipi di trattino e come usarli... insomma tutto quello che serve per trasformare un testo in una pubblicazione. Ovviamente, il Lesina va usato *cum grano salis* e in coordinamento con altri prontuari che possono essere forniti dai committenti (ad esempio, la Cancelleria ne ha approntato uno ottimo), che però anche se forniscono un’ampia gamma di indicazioni non possono essere completi. Rimane sempre il dubbio se il circolino, simbolo del grado centigrado, vada prima o dopo la C maiuscola, e se vada separato o no da uno spazio. Lesina lo sa.

L’importanza del Lesina sta anche nel fatto che sempre più spesso al traduttore viene richiesto di fare la redazione del testo, ed essere in grado di fornire un servizio circostanziato e competente diventa sicuramente un *atout*.

Dopo questi due libri fondamentali, alcuni libri importanti.

Innanzitutto un vocabolario della lingua italiana. Purtroppo, in questo periodo, dopo la cancellazione del De Mauro, su Internet ci sono ancora buoni dizionari (Garzanti, Sabini Colletti, Treccani), non c’è più *quel* vocabolario della lingua italiana affidabile e autorevole per cui forse conviene recuperare quel vecchio arnese che stavamo buttando via. In particolare se è il Devoto-Oli.

Attenzione, però, all’uso che si fa del vocabolario, che non è una grammatica e non risolve alcuni problemi fondamentali del traduttore. Voglio dire che il vocabolario mi può aiutare a risolvere un dubbio di ortografia, ma non è detto che dirima un problema di opportunità d’uso di un termine.

Per fare un esempio, se sia opportuno o no tradurre ... con “detersivo per

rigovernare”, il vocabolario non me lo può dire. Né mi dice, purtroppo, se il verbo “interessare” regge il dativo o l’accusativo, né se la frase “A me la vittoria dell’Italia non convince del tutto” è corretta.

Se vogliamo farci un’idea di come si può raggiungere una scrittura più agile, snella – in particolare se traduciamo testi amministrativi, consiglio di studiare Cortelazzo-Pellegrino, *Guida alla scrittura istituzionale*, Laterza 2003, e di tenerlo a portata di mano, perché dà parecchie suggerimenti.

Un libro molto ben fatto è quello di Alessandro Lucchini, *Business writing*, Sperling & Kupfer 2006.

Ho tratto grandi insegnamenti dal volume di Bice Mortara Garavelli, *Manuale di Retorica*, Bompiani, 2003. E, della stessa Bice Mortara Garavelli, a chi si occupa direttamente di traduzioni giuridiche consiglio *Le parole e la giustizia. Divagazioni grammaticali e retoriche su testi giuridici italiani*, Einaudi 2001.

Poi, non sarebbe male avere sottomano un vocabolario di latino (io ho il Castiglioni Mariotti, dei tempi del Liceo), mentre per l’inglese si trova pressoché tutto su Internet.

Su Internet si trova anche un ottimo sito di sinonimi (<http://www.homolaicus.com/linguaggi/sinonimi/>) e un buon dizionario etimologico (www.etimo.it) che è la versione digitale di un vecchio, ma buon dizionario dei sinonimi, quello di Ottorino Pianigiani.

Non consiglio di occuparsi la casa con troppe enciclopedie. All’enciclopedia si ricorre, di solito, per avere un’infarinatura, una prima informazione su un argomento, e questa la si può ottenere su Internet (sapendo, ovviamente, distinguere il grano dal loglio e dalla crusca). Se abbiamo bisogno di andare in profondità su un argomento, ecco che l’enciclopedia non ci serve più. Poi, naturalmente, per ogni campo specifico è bene disporre dei testi di riferimento, corpora, glossari eccetera.

DOMANDA 9

Secondo lei che differenza c’è tra chi scrive e chi traduce?

Come fa notare Petros Markaris nel suo ultimo libro *Io e Kostas Charitos*,

Ho sempre visto, e continuo a vedere tuttora, la traduzione come un eccellente esercizio sulla lingua. La grande diversità tra la

scrittura autoriale e la traduzione è che lo scrittore può ottimamente cavarsela con una sola lingua; al contrario, il traduttore deve dominarne diverse.

Se uno scrittore si specializza in un tema, per esempio gli emarginati, gli basterà possedere la lingua degli emarginati per scrivere tutti i romanzi che vorrà. Le critiche negative che, mettiamo, a un certo punto potrebbe ricevere, potranno riferirsi alla ripetitività del tema, o al fatto che ormai il pubblico se n'è saziato, ma non certo alla sua insufficienza linguistica.

Invece, a un traduttore serve una lingua per tradurre Shakespeare, un'altra per tradurre Molière e un'altra ancora per tradurre Franz Xaver Kroez o Mark Ravenhill.

[...]

Un buon traduttore ha l'obbligo di rispettare entrambe le lingue: sia quella dell'originale sia la sua. Il peso grava naturalmente tutto sulla lingua d'arrivo perché se c'è qualcosa che non si può dire, o non si può dir bene, nella sua lingua, il traduttore ha l'obbligo di rispettarla e di trovare un'altra soluzione, anche a costo di allontanarsi in qualche modo dalla traduzione fedele dell'originale. È preferibile che non sia completamente fedele all'originale piuttosto che maltratti la sua lingua.

Questa competenza multiforme del traduttore sarebbe da coltivare perché serve nella pratica quotidiana per staccarsi dalla routine. La routine è importante perché dà continuità, sicurezza, fluidità, ma può diventare un problema quando diventa un *cliché* da cui non si ci riesce più a liberare – come certa gente che torna a casa e si rivolge alla moglie “Egregia consorte, la presente per inoltrarle, con il dovuto rispetto e un certo rammarico, una doglianza riguardo all'espletamento di quelli che, ai sensi del diritto consuetudinario e secondo una tradizione giurisprudenziale ormai consolidata, vengono definiti (non senza, forse, una leggera forzatura, almeno secondo le indicazioni più recenti del pensiero femminista e libertario) “doveri coniugali”. Ella infatti, nel corso del corrente anno solare ha avuto la compiacenza di giacersi meco soltanto... ecc. ecc.”

C'è un altro aspetto, poi, che è molto importante. L'esperienza di scrittori che si trasformano in traduttori non ha dato sempre risultati soddisfacenti. Di là dalle competenze linguistiche, uno scrittore può non essere un buon traduttore perché può tendere a sovrapporre se stesso, il suo stile, i suoi idiomatismi a quelli dell'originale. Così come, ad esempio, un avvocato, per quanto esperto, può non essere un buon traduttore. E, a volte, anche come revisore è da controllare.

La forza del traduttore, infatti, sta in una caratteristica che non è detto sia

posseduta dallo scrittore: la *passione* per il *servizio*. Il traduttore dovrebbe avere il gusto e sentire la soddisfazione del buon lavoro fatto proprio nell'essere stato capace di scomparire dietro una traduzione che non fa sentire la sua presenza. Lo scrittore, difficilmente accetta questo gioco – che è molto raffinato, ma richiede un'interpretazione più sottile del proprio egotismo di quella accessibile allo scrittore medio, che è a volte un po' narcisista. Non che il traduttore non possa essere narcisista, ma lo farà con maggiore finezza, compiacendosi di essere il “regista occulto”, il burattinaio invisibile dietro le quinte del testo.

DOMANDA 10

Sul suo sito “Scuola di scrittura”, la sesta regola del Decalogo dice: Non illuderti, quel che si può dire si può dire semplicemente. Negli ultimi anni lei ha notato delle trasformazioni tra lingua scritta e lingua parlata nel mondo della stampa italiana?

Sul discorso della semplicità non posso che confermare la sesta regola del decalogo. La semplicità è un punto d'arrivo a cui non tutti possono aspirare. Per essere semplici bisogna aver ben chiari i concetti, le situazioni, i collegamenti, le implicazioni e gli sviluppi che il ragionamento comporta, e molte volte, invece, non si ha il tempo, la voglia o la capacità per ottenere questo chiarimento. Se analizziamo la gran parte dei testi dal punto di vista sintattico, ci rendiamo conto che le incidentali sono spesso superflue, le catene di relative potrebbero essere sciolte e trasformate, chissà, in elenchi, e che molte concessive (le frasi introdotte da “benché, sebbene”) sono chiari segnali di incertezza.

Poi, naturalmente, semplicità non significa banalità e, d'altra parte, l'uso di un linguaggio tecnico accresce la precisione e la brevità di un testo. Ma attenzione: bisogna sempre saper distinguere tra un tecnicismo (che può essere utile) e un gergalismo (che invece, spesso si può evitare), tra la concatenazione dei pensieri e l'affastellarsi di burocratismi e arzigogoli argomentativi.

Per quel che riguarda, poi, le trasformazioni della lingua anche qui abbiamo indicazioni molto interessanti.

1. Innanzi tutto si registra un avvicinamento notevole tra la lingua parlata e quella scritta. I linguisti concordano su questo dato, e lo interpretano sì come un abbassamento medio della letterarietà degli scritti, ma anche con un innalzamento delle competenze linguistiche del popolo. Si tratta di un dato positivo comunque lo si veda. La distanza tra italiano scritto e italiano parlato

è sempre stata considerata un problema, una debolezza dell'italiano che dava luogo, nello scritto a una certa artificiosità, e come dire "falsità", mentre il parlato non riusciva ad assurgere a una sua dignità riconosciuta. Oggi l'alfabetizzazione, la possibilità di accedere con maggiore agio ai mezzi di comunicazione e direi uno *Zeitgeist* che ha portato il cittadino (e non più l'istituzione), il lettore (e non più lo scrittore) al centro del movimento comunicativo sociale, hanno fatto sì che il livello medio della comprensione e dell'uso della lingua si sia innalzato e, al tempo stesso, ha imposto a chi scrive un adeguamento a standard di comprensibilità e di immediatezza nuovi.

2. Ovviamente, in questo modo la lingua cambia e ci può essere qualcuno che lamenti un suo peggioramento qualitativo. Personalmente, non sono affatto d'accordo. La lingua si adatta alle circostanze e alle esigenze espressive delle persone che la parlano e, a sua volta, le influenza. Ma è ben difficile pensare che questo adeguamento si ottenga con una lingua impoverita o banalizzata. In realtà, la lingua non si impoverisce, ma si trasforma. È vero che molte cose (parole, costrutti, idiomi) si perdono ogni giorno, ma è vero altresì che se ne acquisiscono altrettanti, se non di più. Oggi abbiamo una lingua rapida, veloce, efficace, che non solo non ha nulla da invidiare a quella dei classici, ma se vogliamo (in certo senso) la supera. Ed ecco un esempio di quel che intendo:

Ci sarà di sicuro chi dirà che, di qualcuna di queste novelle, si sarebbe potuto fare a meno. E, d'accordo, lo concedo! Ma del resto come potevo scrivere novelle diverse se mi hanno raccontato proprio queste? Per cui, in qualche modo, la responsabilità è di chi mi le ha raccontate: se me ne avessero dette di migliori, ne avrei scritte di più belle. Ma anche se si volesse supporre che sia stato io a inventarle e a scriverle, cosa che, ripeto, non è vera... insomma, anche in quel caso dico che non mi dispiacerebbe il fatto che ce ne siano di belle e di meno belle: perché in fondo non c'è nessuno – a parte Dio – che sia capace di fare tutto alla perfezione: tanto che, persino Carlo Magno, che fu il primo a creare i paladini, non ne seppe fare un numero sufficiente da formarci un esercito.

Bel concetti. Ma vi rivelo che questa è una traduzione. Il testo originale recitava:

Saranno similmente di quelle che diranno qui esserne alcune che, non essendoci, sarebbe stato assai meglio. Concedasi: ma io non pote' né doveva scrivere se non le raccontate, e per ciò esse che le dissero le dovevan dir belle, e io l'avrei scritte belle. Ma se pur presuppor si

volesse che io fossi stato di quelle e lo 'nventore e lo scrittore, che non fui, dico che io non mi vergognerei che tutte belle non fossero per ciò che maestro alcun non si truova, da Dio in fuori, che ogni cosa faccia bene e compiutamente; e Carlo Magno, che fu il primo facitor di paladini, non ne seppe tanti creare che esso di lor soli potesse fare oste.

DOMANDA 11

In Italia ci sono proporzionalmente pochi traduttori e moltissime persone che scrivono direttamente in italiano. In Svizzera, invece, la maggior parte dei testi italiani è opera di traduttori. Alla fine, questo italiano "svizzero" non rischia di standardizzarsi e impoverirsi?

Esiste un rischio, in effetti, quando si legge molto, o esclusivamente, testi tradotti. È il rischio dell'“attrito linguistico” cui abbiamo fatto accenno, ma c'è anche il rischio del “traduttese”, cioè dell'imporsi di una lingua corretta, sì, ma un po' anodina, senza identità, senza caratteristiche e quindi, anche senza forza.

Penso anch'io, naturalmente, che la *parole*, cioè l'espressività immediata e diretta che va anche contro le regole sia un valore importante da mantenere, ma allo stesso tempo, credo che non si possa andare contro le regole, non si possano infrangere o modificare efficacemente se non le si conosce. E una lingua un po' grigia non è altro che un prontuario di lingua corretta da imparar bene e poi da superare.

So – la storia ce lo insegna – che posso partire dallo standard per elevarmi all'originalità: i pittori più grandi hanno frequentato le accademie dove hanno imparato lo standard, la pittura un po' grigia e anonima, e poi se ne sono liberati. I musicisti più grandi sono stati a lezione da insegnanti a volte anche mediocri, per poi superarli, avendone però assorbito la lezione.

La stessa cosa vale per la lingua: non mi preoccuperei troppo dello stato della lingua confrontandolo con il passato – è un confronto improponibile metodologicamente ma che se proprio volessimo fare non ci troverebbe necessariamente perdenti. Devo valutare la lingua confrontandola con le esigenze espressive della contemporaneità, e se faccio questo mi rendo conto che tutto quel che voglio dire lo posso dire bene.

Sul resto, come disse un grande, meglio tacere!

Grazie!

i