

## **Tema 5**

# **El currículum d'un traductor-localizador multimèdia**

**Elizabeth Sánchez León**

## **Índex**

Introducció.....	3
Objectius.....	3
1. Anàlisi DAFO.....	4
2. Consells per redactar una bona carta de presentació.....	5
3. Adquisició d'experiència.....	7

## **Introducció**

En aquest tema es realitzaran una sèrie de recomanacions per oferir els nostres serveis com a traductors-localitzadors autònoms.

## **Objectius**

- Adoptar una actitud emprenedora.
- Ser capaç de respondre a les expectatives d'un possible client davant una oferta de treball.
- Conèixer els mitjans disponibles per adquirir experiència.

# 1. Anàlisi DAFO

Els traductors autònoms han de veure's a si mateixos com una empresa. Competeixen i treballen en un mercat global amb gegants del sector, per la qual cosa és recomanable adoptar una actitud d'empresari i oferir serveis, més que demanar treball. Pot semblar una qüestió trivial, però la percepció sobre la serietat i professionalitat també es basa en aquests aspectes. Cal tenir present que no hi ha una segona oportunitat per causar una primera bona impressió.

En la nostra opinió, qualsevol traductor que vulgui endinsar-se al mercat professional o en una especialitat nova, hauria de realitzar sempre una anàlisi DAFO de la seva situació, la de la seva competència i l'entorn. Les sigles DAFO corresponen a les paraules: debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats que reflecteixen la situació interna i externa de la persona o organització que s'estudia en un mercat determinat.

Les debilitats i fortaleces fan referència a qualitats internes. I les amenaces i oportunitats a situacions externes o del mercat.

Vegem, a continuació, un exemple d'una anàlisi DAFO previ d'un recentment llicenciat en Tel:

<b>MATRIZ DAFO</b>	<b>Amenazas</b> TM, <u>crowdsourcing</u> , mercados con precio más competitivo, 1500 licenciados al año	<b>Oportunidades</b> Mercado global sin barreras comerciales Escasa o nula inversión inicial Crisis: expansión a otros mercados Internacionalización
<b>P. fuertes:</b> Alta formación Especialización Herramientas	<b>Estrategia defensiva:</b>	<b>Estrategia ofensiva:</b>
<b>P. débiles:</b> Sin experiencia Escasos recursos financieros Imagen débil en el mercado	<b>Estrategia de supervivencia:</b>	<b>Estrategia de reorientación:</b>

Figura 1: Anàlisi DAFO

Una vegada analitzada la nostra situació, s'ha d'elaborar una estratègia per potenciar o pal·liar cadascuna de les variables de l'anàlisi.

### **Tipus d'estratègies:**

**Estratègies defensives:** l'empresa utilitza els seus punts forts per enfrontar-se a les amenaces.

**Estratègies ofensives:** és la posició en la qual tota empresa voldria estar en funció de les oportunitats. Ha d'adoptar estratègies de creixement. Millorar i afermar punts forts.

**Estratègies de supervivència:** l'empresa s'enfronta a amenaces externes sense les fortaleeses internes necessàries per lluitar contra la competència.

**Estratègies de reorientació:** a l'empresa se li plantegen oportunitats que pot aprofitar però no obstant això no disposa de la preparació adequada. L'empresa ha d'establir un programa d'accions específiques i reorientar les seves estratègies anteriors.

En la pràctica corresponent a aquesta unitat treballarem en l'elaboració d'estratègies davant la nostra situació personal.

## **2. Consells per redactar una bona carta de presentació**

A continuació us donem algunes indicacions per redactar de forma eficaç una carta de presentació, de molta més importància que un currículum, ja que és el text que ha de motivar al lector a seguir llegint més sobre nosaltres.

La redacció ha de ser impecable. Un traductor no ha de cometre faltes d'ortografia i el format ha de ser cuidat.

El nivell de formalitat ha d'estar equiparat al del nostre interlocutor. En cas de dubte, és preferible emprar un to formal, encara que no excessiu, abans que ser massa informals.

Els responsables de recursos humans solen rebre moltíssimes respostes per a una mateixa feina, per la qual cosa s'ha d'evitar afegir informació no rellevant.

És aconsellable disposar de diferents cartes de presentació que puguem adaptar ràpidament segons ens convingui. A més, resulta igualment convenient tenir un currículum i un llistat de tarifes en els nostres idiomes de treball. Sempre hem d'utilitzar l'idioma que emprava el nostre interlocutor, tant per als documents adjunts com per a la correspondència habitual.

Si disposem d'experiència molt rellevant per a l'oferta, s'ha de ressaltar en la pròpia carta de presentació, fins i tot podem usar cursives o negretes per recalcar la informació que volem que el receptor vegi. Si tenim algun títol molt específic, difícil d'obtenir i que sigui igualment rellevant per a l'oferta, també es podria afegir. Encara que s'ha d'evitar inundar la carta de presentació amb la nostra formació, ja que el que l'interlocutor vol llegir és que som el candidat adequat perquè disposem de l'experiència, les eines i les habilitats necessàries.

Sempre és molt interessant preguntar a altres persones alienes al món de la traducció el que opinen sobre la nostra carta.

És molt important que tinguem certa presència en Internet. Com a traductors especialitzats en localització i traducció audiovisual, un client podria preguntar-se per què no tenim pàgina web, no estem en LinkedIn, etc. No és necessari utilitzar totes les xarxes socials, però si ens oferim per a un treball i no apareixem a Google, desconfiaran de nosaltres.

A l'hora de redactar la nostra carta i el nostre CV, tampoc hem d'oblidar ser coherents. Si oferim serveis de localització web, però tenim més experiència en una altra branca molt diferent, és preferible ressaltar els nostres punts forts (formació, habilitats relacionades, etc.) que demostrar molta experiència no rellevant per a l'oferta. Un traductor que porta molts anys traduint per a l'ONU gairebé en exclusiva, no necessàriament serà un bon traductor de videojocs.

L'adreça de correu electrònic des de la qual escrivim ha de ser professional, amb el nostre nom o alguna cosa relacionat amb la traducció. L'ideal és tenir un domini propi, això ens dóna molts punts. En cas que no ho tinguem, podem fer servir Gmail. Les adreces de hotmail causen molta mala impressió.

També és important que incloquem una signatura amb les nostres dades com a combinació d'idiomes, adreça de correu, pàgina web i Skype, per exemple.

### 3. Adquisició d'experiència

I finalment, conscients de la importància de l'experiència al mercat professional, proposem alguns recursos que poden servir per a això:

Documentació OpenOffice  
<http://www.oooauthors.org/>

Tales Translation (videojocs)  
<http://blog.tales-tra.com/>

Ted.com (subtitulació)  
<http://www.ted.com/>

Mozilla en espanyol  
<http://www.proyectonave.es/>

Ubuntu  
<https://translations.launchpad.net/ubuntu>

<https://wiki.ubuntu.com/Translations>

Una vegada hàgim definit la nostra estratègia i la nostra oferta de serveis, res ens impedeix que puguem posar-nos en contacte directament amb desenvolupadors. Un bon lloc per començar són les botigues d'aplicacions com l'App Store o el Google Market.