

# EL PAPEL DE LAS TRADUCCIONES EN LA INDUSTRIA COSMÉTICA. CLAVES PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Las compañías fabricantes de productos cosméticos son un buen ejemplo de organizaciones que comienzan su actividad en un mercado local hasta expandirse más allá de sus fronteras.

## Gear Translations

La estrategia a través de la cual estas compañías alcanzan un desarrollo internacional viene respaldado por una fuerte apuesta por la innovación de producto y por el marketing, dos áreas en las que contar con traducciones precisas es clave para asegurar el cumplimiento regulatorio y trasladar su propuesta de valor en el idioma local de consumidores a lo largo de todo el planeta.

Ya sea en anuncios, en catálogos o en las propias etiquetas de los productos, la comunicación multilingüe es un pilar cada vez más consolidado en el sector de la cosmética. Seducir a los potenciales consumidores con sus cremas, lociones, maquillajes y demás productos de belleza requiere interactuar y comunicarse con los consumidores en la lengua que entienden, con la que se sienten más cómodos y que les permite identificarse con la marca y sus valores.

## LA NECESIDAD DE ALTA CALIDAD EN LAS TRADUCCIONES EN LA INDUSTRIA COSMÉTICA

Desde la industria de la belleza cada vez resultan más imprescindibles los servicios de traducción. Transportar la energía publicitaria del lenguaje cosmético a los distintos idiomas solo es posible cuando



la traducción alcanza altos niveles de profesionalidad y especificidad.

Entre idiomas no existen las equivalencias absolutas, **traducir un texto implica numerosas elecciones** que han de concretarse. No es suficiente, por tanto, conformarse con meros intermediarios lingüísticos que transcriban de un idioma a otro sin ahondar en las particularidades y posibilidades de cada lengua. Es decir, con una traducción básica se pierden asociaciones, sensaciones, connotaciones que son fundamentales en la persuasión publicitaria.

Y no hablemos de posibles errores mayores, que pueden ser punto de polémica con altos costes para la reputación de la compañía. Un ejemplo extremo de esto sería lo ocurrido a la empresa Mango en Francia, al traducir del español

al francés la palabra esclava (referida a pulsera), por 'esclave', que no cuenta con esa acepción en ese idioma. El escándalo fue enorme cuando se abrió con titulares tales como "Mango vende esclavas" y puso en contra de la empresa de moda a todas las asociaciones antirracismo.

Por estos motivos, para garantizar buenas traducciones en la industria cosmética se deben escoger profesionales de la traducción que cuiden diferentes aspectos como la terminología y nomenclatura, el estilo y la consistencia de las traducciones, además de contar con experiencia y visión de marketing.

## CONOCIMIENTO DE TERMINOLOGÍA Y NOMENCLATURA

En primer lugar, un buen traductor debe conocer el vocabulario específico, la jerga del ámbito que trata. Esto no es diferente en la industria cosmética, que se encuentra continuamente reavivada por nuevas tendencias del mercado y avances tecnológicos que nutren con léxico renovado sus comunicaciones publicitarias. Antioxidante, tensioactivo, sin parabenos son algunas de las palabras que han de manejarse y traducirse de modo adecuado, pues ya cuentan con un efecto definido en el consumidor y este las conoce y las busca a la hora de efectuar su compra.

Por ello, los profesionales enfocados en las traducciones en la industria cosmética han de seguir la evolución terminológica y actualizarse de modo continuo. Solo así serán capaces de tomar las decisiones de traducción más acertadas para los distintos idiomas.

### ESTILO CUIDADO

Cuidar el estilo es otro de los puntos esenciales para las traducciones en el ámbito de la belleza. Es primordial que el traductor evite caer en la torpeza, en lo brusco, en lo inadecuado o en el tono plano o aburrido. Así, el empleo de una orden, del imperativo, para llevar a cabo una petición en inglés, por ejemplo, resulta mucho más agresivo que hacerlo en español. Por ello, según el caso, el traductor deberá valorar sustituirlo por otra forma que se adapte mejor a lo que se persigue transmitir. Además, se necesita la extraordinaria capacidad de verter con la misma elegancia, finura y sofisticación lo que se ha depurado con esmero en un idioma, al otro. Esa es la única forma de conservar el poder sugestivo del mensaje original, tan necesario para llegar a los posibles consumidores.

El objetivo es además mantener un mismo estilo, un mismo tono comunicacional, en cada idioma al que se vuelca la traducción. Solo así la marca cobra un perfil propio, la individualidad que la diferencia, para quedar totalmente definida en todos los espacios por los que avanza.

### EXPERIENCIA

La experiencia siempre es un plus en cuanto a la vida profesional se refiere. Contar con ella es una forma de garantía, de asegurarnos de que no habrá errores costosos o perniciosos. Un profesional experimentado conoce el campo por el que se mueve, ha superado ya dificultades similares y elaborado las estrategias más eficaces para

solventarlas. Sabrá cuándo es necesario investigar, profundizar, abrirse a nuevos caminos y comunicarse con el cliente.



### VISIÓN PARA EL MARKETING

El vocabulario de moda, el léxico utilizado para la generación de sensaciones al describir el aspecto del producto, el modo de aplicación, la tactilidad o resultados del mismo, cada palabra dentro del mundo de la cosmética es escogida para producir un efecto determinado en el consumidor. Se pretende cautivarle, seducirle, que quede embriagado.

Si el traductor entiende la industria y cómo funcionan las estrategias de marketing en la misma, podrá comprender los motivos que han llevado a la selección de unas formas o palabras determinadas en el texto original. Partiendo de esa base, será mucho más sencillo tomar las decisiones de traducción oportunas.

### CONSISTENCIA

Otra cualidad que no debe olvidar un profesional de las traducciones en la industria cosmética es la consistencia. Hay que mantener una coherencia, no solo en un texto, sino también en todo lo referente al producto y, en otro nivel, en cuanto a la marca de la compañía. De ese modo, se logra una identidad única para cada producto y se perfila la marca, cuestión que desde el ámbito de la cosmética resulta esencial.

Esta es la forma de potenciar el valor de la marca, de que se creen expectativas positivas

avaladas en los posibles clientes y que puedan convertirse en consumidores fieles.

En todo esto un traductor tiene mucho que aportar para que la consistencia se dé también en los diferentes idiomas y países a los que la compañía ha logrado expandirse. Para esto resulta muy importante que las traducciones a todos los idiomas se hagan siguiendo una línea similar para evitar una dispersión que desfavorezca la consistencia y perjudique la imagen de la marca. La realización de traducciones en la industria cosmética es una tarea compleja y que requiere de alta profesionalidad, pero también hay herramientas que la facilitan y ayudan a que la labor se desempeñe con éxito.

Por ello, en Gear Translations contamos con una plataforma inteligente de traducción que permite a nuestros clientes afrontar sus proyectos de traducción mediante una gestión centralizada y online. Nuestro servicio de traducciones técnicas permite crear una base terminológica y una biblioteca de traducción con vocabulario específico que ofrece mayor garantía en cuanto al uso de la terminología y nomenclatura adecuadas. Y con el empleo de herramientas tecnológicas avanzadas, nuestros traductores expertos en industrias técnicas encuentran un apoyo fundamental para mantener el estilo comunicacional de la marca en los más de los 21 idiomas cuya traducción tenemos disponible. Tampoco nos olvidamos de la información sensible que pueden manejar este tipo de sectores y que queda protegida mediante un sistema de anonimización de datos empresariales.

En definitiva, **contamos con un equipo de traductores expertos que**, apoyados en la tecnología, nos permite acompañar a las empresas del sector cosmético en su internacionalización y expansión a nuevos mercados ◀◀