GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Ventajas e inconvenientes de traducciones web con herramientas automáticas

Actualidad Empresarial | 22/04/2024 | 00:00

Actualmente, es común usar los traductores automáticos y la IA para realizar traducciones web en línea de forma gratuita.

Sin embargo, es importante conocer todas las ventajas y los inconvenientes de este método cuando se trabaja con textos profesionales y contenidos empresariales. Por ejemplo, una traducción web mal elaborada o simple tiene altas probabilidades de afectar el posicionamiento (SEO) de una página web o causar una mala impresión en los lectores nativos del idioma. Expertos en este sector como INTERTEXT explican cómo se emplean estas herramientas en un entorno profesional y qué limitaciones tienen.

Distinguir las traducciones web con herramientas online de las realizadas por personas humanas

En primer lugar, debe entenderse que tanto los motores de traducción automática como los grandes modelos del lenguaje (LLMs) como ChatGPT son herramientas automáticas. Su funcionamiento se basa en una enorme cantidad de algoritmos, pero todavía no llegan ni de lejos al funcionamiento de un cerebro humano. Pueden dar una excelente respuesta en tareas estandarizadas y repetibles, pero no tienen un entendimiento del mundo ni los medios sensoriales para captar la realidad en toda su extensión, como lo hace un humano. Pueden analizar y resumir información y relacionarla en función de sus algoritmos. Pueden incluso reconocer patrones y autoalimentarse con ellos. Pero justo esta última función es la que lleva a que, en ocasiones, invente cosas que no existen. Los motores de traducción automática y ChatGPT producen textos mecánicamente, algo tan evidente que incluso existen aplicaciones para detectar si un texto ha sido escrito por ellos o por un humano. Esto quiere decir que la traducción por medios automáticos es distinguible de la traducción humana. Por tanto, los traductores automáticos y la inteligencia artificial que se utilicen para la traducción web, en la mayoría de los casos aún no proporcionan la calidad de trabajo suficiente para conseguir un resultado profesional sin revisión humana.

Qué impacto tiene la traducción automática en el posicionamiento de una página web

Cada vez más páginas web son penalizadas por los motores de búsqueda como Google cuando detectan la existencia excesiva de textos “no humanos”. En este caso, pueden desaparecer o sufrir una importante pérdida de posiciones en los resultados de búsqueda. La traducción automática también es muy habitual en las tiendas online, algo evidente y muy molesto cuando los errores de traducción llevan a una clasificación errónea de los productos. Detrás de muchos resultados erráticos de algunas de las grandes plataformas de comercio electrónico como

Amazon se esconde un error o mal funcionamiento de traducción automática. Los errores de traducción automática no solo pueden afectar la experiencia del usuario, sino, aún peor, provocar que ciertos artículos o productos prácticamente sean invisibles y, con ello, inexistentes en Internet, con la consiguiente pérdida de negocio para el vendedor.

Por otro lado, el dinamismo y enorme volumen de información de los catálogos de producto disponibles online hace que el uso de herramientas de traducción automática sea casi obligado. Sería imposible traducir estas cantidades de texto por medios únicamente humanos, especialmente por la rapidez con la que aparecen y se desclasifican los productos. Por esta razón, las empresas de traducción profesionales gestionan este tipo de proyectos mediante traducción automática con diferentes niveles de revisión humana y entrenamiento específico de los motores de traducción, a fin de garantizar la calidad necesaria para el uso previsto de la información.

Hay un último factor que debe considerarse en este apartado y es que ninguna herramienta de traducción automática tiene en cuenta la optimización SEO en el momento de generar las traducciones web. Mientras a un traductor humano se le puede dar la instrucción de utilizar una palabra clave un determinado número de veces en su traducción, esto no es posible en los traductores automáticos. Por lo tanto, en la traducción automática, la optimización SEO debe realizarse en una fase posterior a la propia traducción.

No lo entiendo, no lo compro

Incluso en nuestro mundo globalizado en el que el turismo, los intercambios de estudiantes y la internacionalización de la economía, también cultural, han acercado países y culturas, todavía existen prejuicios y desconfianza ante lo que no somos capaces de entender o comprender. Las reticencias son especialmente grandes cuando se trata de gastar nuestro dinero. Por lo tanto, para tener éxito en la internacionalización de una marca, hay que acercarla al usuario final en su propio idioma. Según un estudio de Common Sense Advisory, un 72 % de 8.700 encuestados respondió que comprará con mucha más probabilidad en un e-commerce si está traducido a su idioma.

Una traducción automática pobre, parcialmente comprensible o no del todo idiomática de una tienda online puede generar desconfianza en los posibles compradores, mientras que una presencia web multilingüe bien cuidada y adaptada a la realidad cultural del país o ámbito cultural objetivo puede incluso hacer olvidar al usuario de que se trata de un sitio web extranjero. Hay muchas marcas que han logrado internacionalizarse con éxito hasta el punto de formar parte del mercado objetivo. Para conseguirlo, la presencia local no debe tener fisuras, con solo traducirla por medios automáticos no es suficiente, sino que es necesaria una adaptación cultural, tanto de la parte lingüística como de otros elementos del sitio web. Para esta adaptación cultural, la intervención humana todavía es imprescindible.

Soluciones profesionales de traducción web

INTERTEXT cuenta con un servicio especializado en traducciones para páginas webs y redes sociales orientadas a cualquier tipo de negocio. Dicho servicio se realiza con herramientas avanzadas y un equipo de profesionales preparados para hacer el cambio de idioma de forma eficiente, ágil y rentable. Cada uno de estos profesionales ha trabajado en numerosos proyectos de traducción web y sabe qué reglas lingüísticas, palabras nativas y expresiones culturales utilizar de acuerdo al público objetivo. Esto es fundamental para crear una conexión más fuerte con los lectores y proporcionarles textos de alta calidad. Una traducción web profesional, nativa y optimizada también resulta indispensable para conseguir una indexación integral por parte de los buscadores online internacionales. Actualmente, INTERTEXT realiza traducciones de contenido para landing pages, portales, blogs, tiendas de comercio electrónico y las redes sociales más populares del momento. Además, cuenta con experiencia en diferentes entornos y gestores de contenido web.

INTERTEXT ha trabajado en más de 300 proyectos de localización y traducción web en los últimos años 30 años. De igual forma, esta compañía lleva décadas proporcionando servicios de traducción técnica, científica, jurídica, financiera, económica, publicitaria, audiovisual e institucional.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/236103-ventajas-e-inconvenientes-de-traducciones-web-con-herramientas-automaticas.htm