

Coyuntura



Marcela Arbeláez
CEO de Lingua Franca Translations

Las traducciones serán indispensables para conectar 50.000 millones de dispositivos en todas las lenguas del mundo. El servicio debe ser en tiempo real y tener en cuenta al público objetivo.

El Internet de las Cosas abre la puerta a una nueva era de comunicaciones multilingües

El futuro de las traducciones requerirá un aumento de servicios en alta velocidad que se ajusten al surgimiento del ultra rápido Internet de las Cosas (en inglés, IoT).

Al igual que el IoT transformará nuestros hogares y empleos al tomar todos los dispositivos de sensores con interruptores de encendido y apagado y los conectará al Internet y entre sí—por ende acelerando un sinfín de tareas—, el futuro del mundo de las traducciones ameritará que las agencias transfieran datos a velocidades prácticamente instantáneas para satisfacer las exigencias de sus clientes. Pero eso no es todo.

Ya que las traducciones serán indispensables para conectar 50.000 millones de dispositivos en todas las lenguas del mundo, las soluciones idiomáticas se incluirán en todos los dispositivos conectados al IoT para asegurar un flujo de comunicación en varios idiomas sin interrupción y virtualmente instantáneo.

El mañana también augura un énfasis paulatino en la cuantificación y medición de patrones de compras, al igual que en el uso de herramientas analíticas que determinen los índices de éxito.

También habrá un enfoque en la técnica de chunking—el proceso de conversión de palabras o frases de un idioma a otro en el cual no existe un término paralelo de igual significado—siendo chunking un ejemplo perfecto de ello en español.

También en las cartas: un énfasis en localizaciones más proactivas que reactivas; un cambio de paradigmas que exhor-



UNA EVOLUCIÓN IMPARABLE

Hay un ritmo acelerado de la evolución tecnológica, así como un crecimiento exponencial del contenido en línea.

ten sensaciones nativas; la transición a más tiempo de revisión que de preparación; y el uso acrecentado de video.

Existirá también un auge en la comprensión del hecho que los programas de traducción híbridos (humanos y computadoras) no son viables ya que las computadoras solo son capaces de traducir trozos de información y el uso tanto de computadoras como de traductores duplica la carga de trabajo.

Las agencias de traducción trabajarán cada vez más con sus clientes de for-

ma interdisciplinaria en la cual la consistencia requerirá el uso de traducciones centralizadas. Por ello, las agencias progresivas deberán mantener bases de datos específicas para sus clientes en varios idiomas.

Todo esto se suma a un hecho indiscutible: dado el ritmo acelerado de la evolución tecnológica y el crecimiento exponencial del contenido en línea que llegará más pronto que tarde, se esperarán resultados casi inmediatos de las agencias de traducción.

COMPAÑÍAS PROGRESIVAS

¿Qué deben buscar los jefes de mercadeo o directores de comunicación en una agencia de traducción 'ideal'?

La mayoría de las compañías progresivas están al tanto de la importancia de reunirse con sus agencias de traducción para conversar acerca de todos y cada uno de los aspectos relacionados a sus necesidades.

Lo que buscan no es simplemente una relación directa para aceptar un documento y entregar una traducción. En cambio,

“ Los programas de traducción híbridos (humanos y computadoras) tienen un alcance limitado”.

“ Los servicios de traducción tendrán que ajustarse a las dinámicas que impone el Internet de las Cosas”.

las compañías buscan un verdadero socio y consultor que pueda asesorar al cliente en cuanto a las soluciones idóneas para su público.

La agencia, en su rol como consultora, debe ser conocedora de la tecnología, versada en los trabajos del mercadeo digital y capaz de brindar servicios de traducción en tiempo real.

Por ejemplo, una agencia de comunicaciones ubicada en Miami con cuentas de clientes en el ámbito de bienes raíces de lujo se reunió recientemente con su proveedor de servicios de traducción y juntos decidieron la mejor estrategia para afrontar la regionalización de sus reluctantes piezas de mercadeo.

La agencia de traducción expresó las siguientes dudas: ¿las piezas de mercadeo estarán dirigidas a México, Colombia o Chile, por ejemplo? La agencia de traducción luego sugirió que algunos de los artículos se publicasen en Ciudad de México, Bogotá, Buenos Aires y Lima; además de algunos de forma local en Miami.

De igual forma, el equipo de mercadeo de Jackson Health System con sede en Miami se reunió con su agencia de traducción

para explorar la posibilidad de no sólo atraer a los miamenses, sino también a la comunidad cubano-americana.

En el público deseado también se encontraban los ejecutivos que viajan desde Miami a distintos países de Suramérica para construir alianzas con los funcionarios de habla hispana en varios hospitales que brinden una amplia variedad de servicios de cuidados para la salud.

Básicamente, el equipo de Jackson Health System buscó instruirse por medio de los ejecutivos de la agencia de traducción. Se consultó con la agencia acerca de los esfuerzos de mercadeo de Jackson para satisfacer las necesidades de la compañía, derribar obstáculos y atender la importancia de presentar traducciones relevantes para cada público en particular. Por encima de todo lo demás, la agencia de traducción necesitaba fomentar ideas y sugerencias que la compañía de cuidados para la salud aún no había considerado.

LA MENTE DEL FUTURO

Las agencias de traducción vanguardistas también están actualizadas en cuanto a la rápida evolución de la tecnología aplicada al mundo de los negocios y las traducciones. Dichas agencias deberían ser capaces de atender solicitudes de traducción de inmediato al preparar y entregar documentos traducidos en menos de 30 minutos.

Estas solicitudes se procesan a través de los esfuerzos de un equipo conformado por traductores profesionales y atentos que pueden subir información a un servidor proxy, el cual es imperativo para cualquier compañía que desee tener una presencia digital tanto móvil como en la red.

Existe un mundo completamente nuevo en el cual los clientes de mercadeo digital sabrán cada vez más que, para ir más allá, deberán trabajar con agencias de traducción que puedan satisfacer las necesidades de esta nueva era de las comunicaciones multilingües. ☐