

Traductores en la era de la IA: ¿crisis de identidad o salto de nivel?



.....
| Por el traductor público Edgardo Galende,
coordinador de la Comisión de Recursos Tecnológicos

Con cada nuevo desarrollo tecnológico, vuelve la misma pregunta: ¿la traducción humana tiene los días contados?

Desde la irrupción de la traducción automática hasta los modelos grandes de lenguaje, el discurso público oscila entre el entusiasmo desmedido y el catastrofismo profesional. En medio de ese ruido, algunos colegas escuchan predicciones abstractas y siguen trabajando, mientras que otros sienten el impacto de una reducción de encargos, presupuestos más ajustados y clientes que se preguntan: «¿Y si lo hacemos con IA?».

Ese sentimiento es real. Y es válido. Cuando ciertos trabajos menos complejos, con bajo riesgo o que requieren poca especialización comienzan a resolverse con menor intervención humana, es lógico que se produzca una retracción en ese segmento del mercado. Hasta que más empresas, instituciones y proyectos se vuelquen decididamente a la comunicación multilingüe global, puede haber una disminución concreta de trabajo.

Y ahí aparece algo más profundo que la cuestión económica: una posible crisis de identidad profesional. Si durante años nos definimos por la tarea de traducir textos encargados por otros, ¿qué ocurre cuando parte de ese volumen se automatiza?, ¿quiénes somos en ese nuevo escenario? Una forma de verlo es dar por sentada la

desaparición de los traductores. Otra, muy distinta, es entender que nuestro rol puede transformarse y ganar jerarquía.

No dejamos de traducir: subimos de nivel

Los traductores tenemos muy en claro que traducir nunca fue solo «pasar palabras» de un idioma a otro. Siempre fue mediar entre sistemas de sentido. Y hoy, está más claro que nunca: la comunicación ya no se limita al texto escrito, sino que en muchos contextos integra oralidad, imagen, sonido e interfaces digitales, y nunca se reduce solo a encontrar una palabra o un significado en un diccionario. Seguimos traduciendo, sí, para clientes que necesitan calidad de verdad y comprenden la complejidad de la tarea. Pero también, si sabemos leer el momento histórico, estamos en condiciones de subir de nivel.

La clave está en entender que lo que puede reducirse no es la necesidad de comunicación multilingüe, sino cierto tipo de intervención en ciertos tipos de textos. La traducción, como fenómeno social, no disminuye: el mundo produce cada vez más contenido, en más lenguas, para más públicos. Lo que cambia es *dónde* y *cómo* intervenimos.

Subir de nivel significa dejar de pensar nuestro rol únicamente como ejecutores de textos y empezar a posicionarnos como gestores de comunicación global. En lugar de decidir solo cómo traducir una palabra, expresión o texto, podemos decidir cuál es la mejor estrategia de comunicación multilingüe para una empresa, una institución o un proyecto. En lugar de recibir un encargo cerrado, podemos participar en la etapa de planificación del proyecto, definir qué contenidos requieren localización profunda y cuáles admiten automatización supervisada.



Hoy más que nunca, alguien tiene que tomar decisiones como estas:

— Este documento jurídico crítico requiere traducción humana especializada.

— Este manual técnico puede combinar traducción automática con validación humana para algunas secciones y traducción humana para aquellas que implican importantes riesgos operativos o de seguridad.

— Parte del contenido de esta plataforma digital puede generarse con un modelo de lenguaje, con instrucciones precisas redactadas por un experto, y luego revisarse. Otras partes deben ser transcritas íntegramente por especialistas en localización y escritura creativa. También es necesario contar con un equipo que trabaje con *software*, contenido multimedia y redacción UX.

— Este otro texto, de bajo riesgo y vida útil corta, admite una calidad suficiente con mínima intervención humana.

Si asumimos un rol más estratégico en el proceso, en lugar de solo pensar *cómo traducimos esto*, nos preguntaremos *cuál es la metodología más adecuada para encarar este proyecto según los distintos formatos de contenido, el propósito, el riesgo, el público y el impacto*.

Esa decisión estratégica es profesional y no puede delegarse en un algoritmo. Exige la intervención de personas con conocimientos especializados, habilidades transversales y experiencia en la materia. Algunos clientes ya son conscientes de esto. Otros todavía no.

El mito de la «extinción»

Quienes anuncian el reemplazo total de los traductores suelen mirar la superficie: una interfaz que produce un texto fluido en segundos. Una respuesta elocuente que nos hace creer que la inteligencia artificial nos entiende. Pero no ven lo que ocurre debajo.

Desde 2024, organizaciones como OpenAI comenzaron a hablar de «modelos razonadores». La expresión es potente, pero también problemática. Si los modelos razonan por sí solos, eso puede poner en jaque a las profesiones intelectuales. Sin embargo, los modelos de lenguaje no «razonan» en el sentido humano del término. Lo que hacen es generar secuencias de palabras que replican patrones estadísticos extremadamente sofisticados y, así, nos hacen creer que razonan. Cuando el discurso público adopta sin matices esa idea de «razonamiento», se corre el riesgo de atribuirles a estos modelos capacidades que no poseen. Y esa confusión no es trivial, ya que el lenguaje de *marketing* tecnológico moldea la percepción social y eso trae consecuencias. Puede llevar a que personas o empresas decidan utilizar estos sistemas para sustituir (en lugar de complementar) el trabajo de especialistas como psicólogos, nutricionistas, abogados o traductores, creyendo que siempre obtendrán lo que necesitan.

Hay muchas anécdotas que ilustran muy bien a qué nos referimos cuando decimos que estos sistemas no razonan, pero podemos citar un caso reciente que circuló mucho en las redes sociales. Al preguntarles a distintos chatbots basados en inteligencia artificial si convenía ir caminando o en auto hasta un lavadero ubicado a cien metros para lavar el vehículo, la respuesta general fue que convenía ir a pie, ya que caminar es un buen ejercicio y no vale la pena conducir por una distancia tan corta. Así, los modelos «razonadores» ofrecieron una solución aparentemente lógica a esta inquietud, pero desconectada del contexto práctico: si el objetivo es lavar el auto, y para ello debemos llevarlo al lavadero, ir a pie no será nunca una

opción viable. Entonces, ¿son inteligentes los modelos? Si lo son, ¿por qué continúan cometiendo estos errores tan evidentes? ¿Cómo es que razonan? Para muchos puede ser una falla «graciosa», pero en realidad es un recordatorio de que estos sistemas optimizan coherencia textual y no comprensión situada. En definitiva, es un ejemplo más de por qué llamamos a estos chatbots «loros estocásticos».

Aunque escriban muy bien y puedan generar la ilusión de que razonan, los modelos actuales no tienen comprensión semántica en el mismo sentido que los humanos. Pueden producir textos muy convincentes, gramaticalmente correctos, pero también pueden generar errores sutiles, incongruencias terminológicas graves o sesgos culturales que solo un profesional ampliamente capacitado puede detectar y evaluar en contexto. Estamos ante herramientas avanzadas que pueden ser de gran utilidad, sí, pero que requieren a su vez supervisión y criterio humano.

Habrà, sin duda, segmentos del mercado donde el nivel de calidad requerido sea bajo y el riesgo mínimo. En esos espacios, donde puede haber errores de sentido sin que eso genere consecuencias graves, nuestro margen de intervención —y de honorarios— será menor. Negarlo sería ingenuo. Pero existen otros ámbitos donde la responsabilidad asumida ante el mensaje generado en otro idioma, la coherencia terminológica y la adecuación discursiva no son negociables. Allí es donde debemos estar presentes y hacernos valer. Esto resulta evidente, por ejemplo, en el ámbito de la traducción pública, ya que los traductores asumimos responsabilidad legal por el contenido que producimos. Respondemos profesionalmente por su exactitud. Ningún sistema de inteligencia artificial puede asumir esa responsabilidad jurídica ni sustituir la figura del profesional habilitado. La herramienta puede asistir, siempre que se preserve de manera estricta la confidencialidad de los datos de los clientes. La responsabilidad, en cambio, sigue siendo indelegable.

La aparente crisis, entonces, no es el fin de la profesión. Parece más bien una redefinición de expectativas. Implica un desplazamiento: una oportunidad para ocupar espacios más jerárquicos, integrar nuevas herramientas, ampliar nuestros servicios y aportar mayor valor a la sociedad. Eso sí: requiere la voluntad de asumir ese rol y estar a la altura de sus exigencias.

Formación: títulos, pero también criterio

Subir de nivel implica siempre una exigencia mayor. No solo académica (porque la formación sólida sigue siendo una base irrenunciable), sino también tecnológica y estratégica. Entonces, ¿qué habilidades necesita desarrollar hoy un traductor para estar a la altura de tomar decisiones metodológicas complejas?

En el plano tecnológico, es fundamental conocer en profundidad cómo funcionan los sistemas de traducción automática y los modelos de lenguaje. De lo contrario, no es posible entender los límites técnicos y éticos de las nuevas tecnologías. También es importante saber diseñar flujos de trabajo híbridos, en los que intervengan diferentes actores y herramientas, cada uno con sus fortalezas y limitaciones. Esto implica definir en qué etapas conviene utilizar traducción automática, cómo se gestiona la coherencia terminológica, dónde es necesaria la intervención humana experta, quién asume la validación final y qué controles de calidad se implementarán en cada fase. La idea no es «usar inteligencia artificial y después revisar». Hay que estructurar un proceso metodológico en el que cada instancia cumpla una función clara y responda al nivel de riesgo del proyecto.

Evaluar el nivel de riesgo asociado a cada proyecto no es un punto menor. Cabe preguntarnos qué probabilidades hay de que ocurra un error de traducción, qué tipo de consecuencia podría generar dicho error y cuál sería su impacto real. ¿Podría generar pérdidas económicas, litigios o sanciones regulatorias, o afectar la seguridad de las personas o la reputación del cliente? Estos cuestionamientos redefinen nuestro rol: además de producir textos, evaluamos escenarios. Determinamos qué margen de error es tolerable —si es que lo hay— y diseñamos el proceso en función de esa tolerancia. Un error en una publicación efímera en redes sociales no tiene las mismas consecuencias que una imprecisión en un contrato o un consentimiento informado. Evaluar el riesgo implica analizar el propósito del texto, su vida útil, la complejidad temática, el público destinatario, el marco normativo aplicable y el grado de responsabilidad asumida por quien lo emite. Esa evaluación es la que determina la metodología, el nivel de intervención humana y los controles de calidad necesarios.



A su vez, es clave desarrollar pensamiento crítico frente a resultados «aparentemente correctos» que no responden de manera adecuada a la situación comunicativa. Detectar imprecisiones conceptuales en textos que parecen correctos en la superficie requiere algo más que dominio lingüístico: exige criterio profesional y comprensión profunda. En este contexto, la especialización temática se vuelve aún más relevante. Un traductor generalista compite de forma directa con una máquina entrenada con miles de millones de textos generales. Un especialista, en cambio, no compite en volumen de datos. Compite en capacidad crítica de análisis. Aporta manejo fino de la terminología, conocimiento del marco normativo y sensibilidad frente a las prácticas discursivas propias de un campo. Ese nivel de discernimiento no surge de la estadística; surge de la formación, la experiencia y la inserción en una comunidad disciplinar.

Todo esto exige una formación que no se agota en un único título universitario ni en el aprendizaje instrumental de herramientas. Implica capacitación continua, actualización tecnológica, profundización en el campo de especialidad y solidez profesional para liderar y gestionar proyectos de traducción y localización. Si nos volvemos verdaderos expertos, sabremos a ciencia cierta cuándo confiar en una automatización y cuándo desconfiar de ella. Sabremos anticipar riesgos, diseñar mejores procesos y sumar valor y eficiencia sin comprometer la calidad. Y, sobre todo, sabremos explicar y justificar nuestras decisiones ante clientes que, muchas veces, solo ven velocidad y costo, pero no siempre alcanzan a dimensionar la responsabilidad que implica comunicar con precisión en otro idioma.

Posicionamiento profesional: una decisión, no un destino

La transformación, aunque necesaria, no ocurre por inercia. Implica decisión y valentía. Requiere asumir una postura profesional clara y actuar en consecuencia.

Está claro que la traducción sigue siendo necesaria. De hecho, en un mundo hiperconectado, probablemente lo sea cada vez más. Lo que cambia es el lugar desde el cual intervenimos. Si nos posicionamos exclusivamente como proveedores de «palabras traducidas» o meros operadores de herramientas, competiremos en un mercado cada vez más presionado por la automatización y la reducción de costos. Es comprensible que eso genere incertidumbre y, en algunos casos, angustia profesional. Sin embargo, si nos posicionamos como expertos en comunicación intercultural y en gestión de tecnologías lingüísticas, nuestro lugar cambia. Podemos ser quienes diseñan, supervisan y optimizan los procesos comunicativos en su conjunto, garantizando la calidad del resultado final.

No es cuestión de abrazar la inteligencia artificial a ciegas, sin una postura crítica, ni de rechazarla por temor. Se trata de integrarla con criterio profesional. En vez de preguntarnos, entonces, si la inteligencia artificial va a reemplazar a los traductores, conviene pensar si vamos a interpretar esta etapa como una crisis de identidad que nos paraliza y nos limita o si estamos dispuestos a aprovechar la oportunidad para subir de nivel.

Podemos seguir llamándonos traductores y, al mismo tiempo, adaptarnos a las nuevas necesidades y expectativas de los clientes y de la sociedad. Quizás esto implique ampliar nuestro campo de acción brindando servicios adicionales. Por ejemplo, podemos ofrecer consultoría en comunicación multilingüe, diseño de políticas lingüísticas corporativas, capacitación interna en uso responsable de la inteligencia artificial para la generación de contenido global o curaduría y control terminológico en proyectos complejos.

La historia de nuestra profesión demuestra que siempre supimos adaptarnos a cada transformación tecnológica. Esta vez no será la excepción. La diferencia es que hoy el desafío no es solo técnico: es identitario. Nuestro objetivo hoy no debe ser sobrevivir a la inteligencia artificial, sino redefinir con claridad quiénes somos y qué valor estratégico aportamos en los procesos comunicativos que requieren algo más que generación automática de texto. Seguimos traduciendo, sí. Pero también tenemos más cosas para ofrecer. Y, sobre todo, somos responsables de garantizar que lo que se comunica en otra lengua sea preciso, pertinente y éticamente sólido. Ese rol no se automatiza. ■