

# **PROPUESTA DE AUTOEVALUACIÓN Y AUTOFORMACIÓN EN INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA**

**PAULA PÉREZ CAMPOS  
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA**

## **RESUMEN:**

La autoevaluación y la autoformación son dos competencias clave que el estudiante de interpretación debe adquirir. Presentamos una propuesta personal de autoevaluación y autoformación en interpretación simultánea a partir de la optimización de la técnica. Para ello, analizamos una prestación simultánea producida en el seno del Máster de Interpretación de Conferencias de la Universidad de La Laguna. Identificamos los puntos débiles de la prestación y los relacionamos a problemas de gestión de técnicas concretas. Seguidamente, proponemos un conjunto de ejercicios enfocados a la práctica de esas técnicas. Por último, ofrecemos un listado no exhaustivo de recursos y oportunidades formativas que la red 2.0 pone a disposición de los intérpretes de conferencias.

**PALABRAS CLAVE:** autoformación, autoevaluación, interpretación simultánea, técnica, estrategia, táctica.

## **ABSTRACT:**

Self-assessment and self-study are key competences that should be developed by conference interpreting students. We present a personal proposal for self-assessment and self-study in simultaneous interpreting with a focus on technique optimisation. A simultaneous performance produced within the Master of Conference Interpreting at the University of La Laguna is analysed. The weak spots of the performance are identified and linked to mismanagement of specific techniques. We propose a series of practice activities to reinforce those techniques. We suggest some online resources and e-learning possibilities for conference interpreting training in the web 2.0.

**KEYWORDS:** self-study, self-assessment, simultaneous interpreting, technique, strategy, coping tactic.

## SUMARIO

1. Introducción
  2. Bases teóricas y conceptos
    - 2.1. Marco teórico
    - 2.2. Aclaración terminológica
      - 2.2.1. Principios de una buena interpretación
      - 2.2.2. Técnicas, estrategias y tácticas
      - 2.2.3. Nomenclatura de lenguas
    - 2.3. Método de trabajo
      - 2.3.1. Convenciones de las transcripciones
  3. Autoevaluación
    - 3.1. Contenido
    - 3.2. Expresión
    - 3.3. Presentación
    - 3.4. Técnica
  4. Autoformación
    - 4.1. Líneas de trabajo
    - 4.2. Autoformación
  5. Epílogo: la comunidad de autodidactas
  6. Bibliografía
- Anexo I  
Anexo II

## 1. Introducción

*Interpreting is a skill or, to be more exact, a combination of skills that one can explain and understand quite quickly, but which take far longer to master in practice.*

*In practice, and through practice!*

Andrew Gillies (2013: 3)

La interpretación de conferencias ha pasado de ser un oficio exclusivo concebido para unos pocos intérpretes dotados y hechos a sí mismos, a convertirse en una materia de enseñanza universitaria, donde todos aquellos que reúnen una serie de requisitos pueden adiestrarse en esta tan compleja como apasionante disciplina. Hoy en día la oferta de cursos (generalmente de posgrado) es cada vez mayor. Unos de corte profesionalizante, otros de corte académico: todos ofrecen un contenido eminentemente práctico, para poder entrenar esas «habilidades» de las que habla Gillies. Desde los comienzos, se ha producido un cambio en el enfoque pedagógico en estos cursos: el foco cambia de limitarse a señalar el error a identificar los problemas en las prestaciones y las estrategias empleadas para solucionarlos (Morelli, 2007: 441).

Podemos decir que la práctica de la interpretación se ha profesionalizado y atiende a una serie de requisitos de calidad<sup>1</sup>: en cada prestación, el intérprete debe aspirar a cumplir

---

<sup>1</sup> No haremos referencia a ellos dado que es un objeto de estudio en sí mismo que se puede tratar desde múltiples perspectivas y está muy sujeto a la subjetividad de los sujetos evaluadores. Para más información sobre el tema remitimos a Collados Aís (2010: 68).

los principios de una buena interpretación, los cuales detallaremos en siguientes apartados.

Resulta lógico pensar que estos principios de una buena interpretación son los que determinan que unas estrategias sean mejores que otras frente a la resolución de los distintos problemas que surgen a lo largo de un discurso.

¿Qué nos aportan los cursos de interpretación y qué los hace útiles y necesarios a la hora de profesionalizarse en la práctica? Estos suelen incluirla enseñanza de «técnicas de interpretación» como parte de su currículo. El nombre puede variar de una institución a otra: se habla de *habilidades*, *competencias* y *técnicas*. Nos decantaremos por este último término, ya que consideramos que son procedimientos que se pueden aprender y automatizar a partir de la práctica frecuente y constante. Consideramos más apropiado hablar de habilidades en base a los requisitos que cumplen los candidatos en el momento de admisión y que conforman una base fértil para trabajar durante sus estudios de interpretación. Las competencias serían el resultado de la base más lo aprendido, es decir, habilidades y técnicas, que es aquello con lo que el intérprete profesional cuenta para ejercer su trabajo.

Además, en los cursos de interpretación se hace hincapié en la capacidad de autoevaluación de los estudiantes y en su capacidad de ofrecer *feedback* útil a sus compañeros. Y es que no todo el aprendizaje procede de la práctica, sino también de nuestra reflexión sobre esa práctica (Gillies, 2013: 12). Si nos dejamos llevar solo por comentarios de profesores sin ejercer una autoevaluación crítica, es probable que tendamos a seleccionar aquello que queremos escuchar, «olvidando» los aspectos mejorables (ibíd.: 251). En última instancia, podemos caer en la autocomplacencia y quedarnos estancados un tiempo en nuestro proceso de aprendizaje. Es por este motivo que muchos docentes recomiendan a sus alumnos grabar sus prestaciones, escucharlas y «evaluarlas» cómo método de trabajo. No obstante, a menudo, los estudiantes no saben exactamente qué aspectos deben evaluar cuando se escuchan. Parece una tarea demasiado costosa e inabarcable y es posible que acaben por ver fallos por todas partes o se contenten con el resultado general.

Es útil que los estudiantes se acostumbren a dar un *feedback* argumentado y útil a sus iguales. Normalmente, el estudiante es más duro consigo mismo que con sus compañeros, por lo que acostumbrarse a argumentar las razones de sus comentarios va a ser un hábito que más tarde puede aplicarse a sí mismo, construyendo una capacidad de autocrítica equilibrada y objetiva. Gillies recomienda ofrecer una evaluación basada en aspectos de la técnica, especialmente, en los primeros estadios del curso. Al tratarse de una evaluación, es recomendable estructurarla en torno a unos criterios y organizarla priorizando los problemas de técnica sobre fallos menores para ofrecer al compañero un claro resumen de las técnicas que debe trabajar (ibíd.: 34-36).

Del mismo modo que los estudiantes exigen de sus profesores que no se limiten a señalar los fallos, sino que les digan cómo trabajar en ellos, los estudiantes deben tratar también de ofrecer *feedback* útil a sus compañeros y de aplicarse los mismos criterios de evaluación a sí mismos. El objetivo es identificar, a partir de los segmentos con dificultades, las técnicas y estrategias, así como tácticas que pueden emplear en sus próximas interpretaciones. De este modo, los estudiantes trazarían las líneas de trabajo en las que tienen que incidir en sus sesiones de prácticas.

Esta última parte del proceso, puede llevarse a la práctica tanto en clase, como en casa. El trabajo autónomo forma parte de la formación del intérprete: si estamos de acuerdo en que la interpretación conjuga una serie de habilidades y técnicas que se dominan solo a partir de la práctica frecuente y continuada, será necesario practicar más allá de las horas de clase. Y no solo durante los estudios de interpretación, sino a lo largo de nuestra carrera. El trabajo de formación que el intérprete realiza de forma autónoma es lo que en este trabajo denominamos «autoformación».

No obstante, a menudo los estudiantes no saben cómo enfocar sus sesiones de práctica autónoma, y terminan interpretando discursos, del mismo modo que lo harían en clase. La autoformación es una valiosa oportunidad para poner en práctica ejercicios alternativos a la interpretación en sí misma que permiten trabajar técnicas concretas de forma más intensiva y aislada (Gillies, 2013: 3-4). Al mismo tiempo, alternar el ejercicio nos permitirá «descansar» de la interpretación, de modo que la retomaremos con más ganas cuando volvamos a ella (ibíd.: 4)

Este trabajo surge del deseo de ofrecer a los estudiantes una guía para sus sesiones de autoformación.

En el apartado *Autoevaluación*, analizamos una prestación propia producida en la modalidad simultánea inglés a español en el transcurso de los estudios del Máster en Interpretación de Conferencias de la Universidad de La Laguna. Esta prestación se analiza según los criterios de evaluación de la Dirección General de interpretación de la Comisión Europea. Nuestro objetivo es no solo identificar los problemas en la prestación, sino que tratamos de indagar relacionándolos con la gestión de las diferentes técnicas de interpretación por parte de la intérprete. Nos preguntamos si las soluciones ofrecidas por la intérprete responden a una estrategia decidida conscientemente que tiende, a su vez, a cumplir los principios de una buena interpretación. A partir de este análisis, se trazan las líneas de trabajo que la intérprete debe tratar en sus sesiones de autoformación.

En el apartado *Autoformación*, se ofrecen pautas sobre la estructura que pueden seguir estas sesiones de autoformación, así como posibilidades de ejercicios con que podemos practicar las técnicas referidas.

En el epílogo *La comunidad de autodidactas*, enumeramos algunas de las múltiples posibilidades que la web 2.0 y las redes sociales ponen al alcance de los intérpretes profesionales para completar su formación y practicar en grupo.

Este trabajo tiene una finalidad pedagógica, se dirige principalmente a los estudiantes de interpretación de conferencias, aunque quizás pueda también resultar de interés para intérpretes profesionales al comienzo de su carrera y para intérpretes-docentes. Los objetivos son los siguientes:

1. Concienciar sobre la importancia de la autoformación, también durante los estudios de interpretación.
2. Concienciar de la utilidad de complementar nuestros conocimientos prácticos con la bibliografía relevante y contrastar las opiniones de los profesores.
3. Ofrecer una propuesta personal de autoevaluación y autoformación a partir de un ejemplo práctico.

## 2. Bases teóricas y conceptos

### 2.1. Marco teórico

La argumentación de esta propuesta se basa principalmente en tres obras:

La introducción a las técnicas de interpretación simultánea recogidas en la obra *Conference Interpreting Explained* de Jones nos brindan el enfoque aplicado que predomina en este trabajo.

En *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*, Gile tipifica las causas de los problemas en interpretación o «problema triggers», las principales tácticas para resolverlos y las llamadas «leyes» que están en la base de la toma de decisiones por parte de los intérpretes profesionales. Entre ellas, las tres primeras se corresponderían con los principios de una buena simultánea: maximizar la recuperación de contenido, minimizar la interferencia de la expresión y maximizar el impacto comunicativo del mensaje (ibíd., 2009: 211-213). Asimismo, el modelo de esfuerzos en interpretación simultánea proporciona un marco teórico muy productivo para justificar la necesidad de una técnica.

Por último, en la obra *Conference Interpreting: A Student's Practice Book*, Andrew Gillies recoge un compendio de ideas de ejercicios prácticos para mejorar diferentes aspectos de la técnica, tanto en clase como de forma autónoma.

Estas contribuciones nos proporcionan un entorno pedagógico propicio para desarrollar nuestra propuesta de autoformación.

Creemos que la base de toda buena interpretación simultánea está en el dominio de la técnica<sup>2</sup>. Así, en esta propuesta evaluamos una prestación en base a la aplicación de la técnica de interpretación. El ejemplo escogido es una prestación propia realizada en el transcurso de los estudios del Máster de Interpretación de Conferencias en Universidad de La Laguna. El objetivo de este trabajo es no tanto identificar los fragmentos del original que generaron dificultad (lo que Daniel Gile denomina «problem triggers»), sino qué técnicas y tácticas podrían haberse aplicado para resolver la interpretación de esos fragmentos que generan dificultad. Una vez identificadas se sugieren una serie de ejercicios para interiorizarlas en la práctica y generar así buenos hábitos y respuestas más adecuadas en próximas prestaciones.

Los llamados «problem triggers», o segmentos de discurso que generan dificultad (ya sea por su naturaleza densa, por su situación en el resto del discurso o las condiciones en que son pronunciados u otros factores), han sido ampliamente caracterizados y descritos por Gile (ibíd., 2009: 191-218) y puestos a prueba parcialmente por otra serie de autores, entre ellos el propio Gile (nombres propios, ibíd.: 1991), Pérez Campos y Varela Salinas (nombres propios, cifras, términos y enumeraciones, 2016), o Barranco Droege (velocidad del orador, 2015), por solo nombrar algunos.

El intérprete, a lo largo de su formación y de su carrera, acumula un conocimiento intuitivo sobre los fragmentos que pueden desencadenar dificultad y aprende a anticiparlos. Su anticipación de estos pasajes motiva su toma de decisiones a la hora de

---

<sup>2</sup> Esta fue la tesis del estudio realizado a partir de un experimento de toma de notas en la modalidad consecutiva en estudiantes de interpretación principiantes. La técnica de toma de notas se apuntó como factor clave para garantizar el rendimiento óptimo en las prestaciones (Pérez Campos y Varela Salinas, 2016).

escoger una determinada estrategia para enfrentarse a un discurso o la selección de unas tácticas sobre otras.

Este trabajo no aspira a caracterizar qué *problem triggers* deberían decantar la elección de una u otra táctica. Más bien, partimos de ese conocimiento intuitivo que desarrolla el intérprete para caracterizar dificultades en el discurso y utilizar la técnica en su favor para interpretar respetando los principios de fidelidad del contenido, economía de expresión y aumento del impacto comunicativo.

Si quisiéramos elaborar un catálogo de dificultades y posibles soluciones en un trabajo de investigación, partiríamos de una caracterización exhaustiva de fragmentos que entrañan dificultad intrínseca. Se sometería a un grupo de profesionales y estudiantes a la interpretación de uno o varios discursos no exentos de estas dificultades. Mediríamos su grado de éxito en términos de «errores y omisiones» (Gile, 1999: 153) y, a partir de ahí, extraeríamos conclusiones sobre el acierto de unas estrategias, técnicas y tácticas sobre otras. La gran dificultad de este estudio reside, no solo en la multiplicidad de factores que pueden generar dificultad, sino en que las soluciones adecuadas en cada caso dependen en gran medida del *skopos* de cada situación de interpretación.

## 2.2. Aclaración terminológica

### 2.2.1. Principios de una buena interpretación

Antes de empezar es conveniente distinguir la diferencia entre algunos conceptos que usaremos a lo largo del presente trabajo. Para ello, es necesario en primer lugar establecer lo que en adelante denominaremos «principios de una buena simultánea». De forma resumida, en términos de contenido, el intérprete debe cerciorarse constantemente de que la interpretación es correcta y de que reproduce fielmente las ideas del original; en cuanto a la forma, el intérprete debe asegurarse de construir enunciados con sentido gramatical y de mantener la coherencia (Jones, 2002: 70). Para ello hay que considerar las dificultades asociadas a la modalidad simultánea de interpretación, que Jones clasificó en dos tipos: la dificultad acústica y la intelectual. La dificultad acústica radica en la naturaleza de simultaneidad de esfuerzos caracterizada extensamente el modelo de esfuerzos en la interpretación simultánea<sup>3</sup>, mientras que la intelectual tiene que ver con la dificultad añadida de tener que anticipar la intención comunicativa del intérprete, tanto a nivel global del discurso, como individual de cada segmento del mismo (Jones, 2002: 67). De la necesidad de cumplir con los principios de una buena interpretación simultánea sobreponiéndose a las dificultades, surge la técnica. Podríamos definirla como el conjunto de procedimientos y prácticas que, bien aplicados, tratan de recuperar el contenido del original de la forma más completa posible al tiempo que se trata de economizar al máximo en la expresión. La economía de expresión es una renuncia básica que el intérprete debe hacer si pretende cumplir con los objetivos de fidelidad de contenido y corrección de la forma. A estos objetivos se añade la labor comunicativa del intérprete como fin último del ejercicio de interpretar (Jones, 2002: 125).

### 2.2.2. Técnicas, estrategias y tácticas

---

<sup>3</sup> Según el «modelo de esfuerzos» para IS, la recepción y análisis del original y la reformulación en la lengua de destino suceden al mismo tiempo, de modo que las fases de comprensión y producción no están diferenciadas temporalmente y el esfuerzo de escucha y análisis compite con el esfuerzo de producción, así como con el de la memoria y la coordinación en términos de capacidad de procesamiento disponible (Gile, 2009: 169-171).

En la literatura de interpretación de conferencias se produce, con frecuencia, un uso indistinto de los términos *técnica*, en singular, y *técnicas*, en plural. Daniel Gile usa la versión *técnicas* de forma consistente; sin embargo, no se ofrece ninguna aclaración sobre aquello a lo que se refiere, y en general es un concepto que se da por sentado en la comunidad de intérpretes y en la docencia, sin que plantee mayor problema de comunicación interprofesional. Entendemos la *técnica* en interpretación como un conjunto de procedimientos y prácticas y las *técnicas* como los procedimientos y prácticas individuales englobados bajo el hiperónimo *técnica* y cuya acertada combinación permite interpretar un texto atendiendo a los principios de una buena interpretación. Ahora bien: ¿cuáles son estas técnicas? ¿Cómo podemos diferenciarlas de las tácticas y las estrategias? ¿Cuál es la diferencia entre estrategias y tácticas en el contexto de la interpretación simultánea?

Lo cierto es que el límite entre las técnicas, estrategias y tácticas es un tanto difuso en la literatura sobre IS, existiendo diferentes clasificaciones de las mismas y disparidad de uso de las etiquetas según las preferencias de cada autor. No obstante, en aras de la claridad expositiva en este trabajo, vamos a hacer una distinción entre todas ellas que nos permita, al menos, seguir la propuesta sin llevar a confusión. En primer lugar, podemos establecer la técnica como término paraguas bajo el que se engloban todos los anteriores.

Según Daniel Gile las estrategias se distinguen de las tácticas en que las primeras son acciones planeadas de forma previa a la interpretación de un discurso, por ejemplo, la preparación previa de una conferencia (ibíd., 2009: 201), mientras que las tácticas son decisiones que se toman espontáneamente a lo largo de un discurso para sortear los problemas puntuales (ibíd., 2009: 261-262). La estrategia se relaciona, por tanto, con la voluntad de aplicar técnicas y tácticas que sirvan al objetivo de realizar una buena interpretación simultánea, en este caso. Pero, ¿dónde se encuentra el límite entre las técnicas y las tácticas? De nuevo, encontramos que, en la literatura de IS, en ocasiones, estos términos se usan indistintamente. No obstante, optamos por seguir la definición de táctica de Gile, según la cual las tácticas son soluciones que surgen de una decisión consciente para solventar una dificultad que se presenta sobre la marcha en un discurso (Gile, 2009: 201). No obstante, dadas las dificultades en IS es necesario aplicar por defecto una serie de técnicas que pueden formar parte de una estrategia decidida con anterioridad. Existen en IS una serie de técnicas que, de no aplicarse, pondrían en peligro los objetivos a los que debería aspirar una buena prestación (fidelidad de contenido y corrección de expresión, así como maximización del impacto comunicativo, en Jones, 2002: 70, y Gile, 2009: 212-213) y que forman parte de la estrategia con la que se afronta un discurso. A nuestro juicio, una vez cotejada bibliografía relevante y tras pasar por el filtro de la práctica como aprendiz de intérprete, destacamos como principales técnicas las siguientes: el uso del *décalage*, *time-lag* (Gillies, 2013: 207), *ear-voice span* (Gile, 2009: 185) o desfase, las técnicas de reformulación (Jones, 2002: 80-91), como la segmentación (Gile, 2009: 205) o salami (Jones, 2002: 91-95) y la anticipación (ibíd.: 105-107).

El desfase hace referencia a la distancia que se debe mantener necesariamente con respecto al hilo discursivo del orador. Esta técnica nos permitirá decidir en qué momento tenemos la información necesaria para construir un enunciado con sentido completo (sobreponiéndonos a la dificultad intelectual de que hablaba Jones). Es posible aplicar nuestros conocimientos tanto lingüísticos como extralingüísticos (Gile, 2009: 173-175) para «anticipar» el contenido siguiente, así como posibles problemas que nos permitan escoger las tácticas más adecuadas para solventarlos según nuestra

estrategia. Dada la necesidad de llevar una cierta distancia con el hilo discursivo del orador, el intérprete está obligado a reformular el mensaje recibido (Jones, 2002: 80). Jones afirma que la reformulación es una condición previa de la IS en tanto que es la «herramienta que permitirá [a los intérpretes] lidiar con todo tipo de problemas manteniéndose siempre fiel al mensaje del orador» (ibíd., 2002: 81). La reformulación se llevará a cabo de tal modo que se garantice la máxima economía de expresión (Gile, 2009: 212), ya que el intérprete tratará de favorecer el uso de técnicas y estrategias para lograr seguirle el ritmo al orador (Jones, 2002: 95). Esta eficiencia en la reformulación se manifiesta de varias formas, entre ellas la más destacada es la técnica del salami. El salami, combinado con la correcta distancia del orador y la anticipación de contenido en la prestación (ibíd.: 106), permite «cortar» las oraciones originales del orador para, por un lado, favorecer la simplicidad sintáctica que facilitará al intérprete la tarea de expresarse con sentido y coherencia (ibíd.: 70-71) y, por otro, descargar la memoria (Gile, 2009: 205).

A estas técnicas se suma toda una serie de tácticas (Jones, 2002: 98-120; Gile, 2009: 201-211) que nos pueden ayudar a resolver un problema anticipado o no.

Merece la pena en este punto hacer una distinción entre las tácticas y las reacciones espontáneas. A diferencia de las reacciones espontáneas, las tácticas parten de una decisión consciente en la línea de la estrategia que adoptamos de cara a la interpretación de un discurso, mientras que las reacciones espontáneas son aquellas respuestas que se dan a problemas espontáneos pero que no siguen una estrategia previa del intérprete (Gile, 2009: 200).

### *2.2.3. Nomenclatura de lenguas*

En el presente trabajo se emplean distintas expresiones para referirse a las lenguas, desde el punto de vista de la dirección de la interpretación en una conferencia y desde el punto de vista de la combinación lingüística del intérprete.

Desde el punto de vista de la dirección, se emplea la consabida denominación en Traducción de lengua origen, para referirnos a la lengua en que está el discurso original, y lengua meta o de destino, para la lengua del discurso interpretado.

Desde el punto de vista de la combinación lingüística del intérprete, esto es, sus lenguas de trabajo, hacemos dos distinciones. Por un lado, se habla de lenguas activas y pasivas, por otro, de lengua dominante.

La distinción entre lenguas activas y pasivas se corresponde con las definiciones de la Asociación Internacional de Intérpretes de Conferencias (AIIC). La lengua o lenguas activas equivaldrían a aquellas hacia las cuales un profesional puede interpretar, mientras que las lenguas pasivas son aquellas desde las cuales se trabaja hacia alguna de las lenguas activas.

Por último, empleamos la denominación de «lengua dominante» con un fin meramente clarificador. En el apartado Autoformación, se sugiere la realización de ejercicios para poner en práctica las distintas técnicas de la interpretación con un grado de dificultad en aumento. En varios de los ejercicios, como los de reformulación, se sugiere empezar practicando desde y hacia la lengua dominante, es decir, en aquella lengua activa en la que el intérprete posee mayor dominio, ya sea su lengua materna – que será el caso mayoritario – o no.



### 2.3. Método de trabajo

Para la autoevaluación podemos escoger la que consideremos nuestra «mejor» prestación de la semana o la que mejor representa los avances que hemos hecho esa semana conforme a nuestros objetivos. La elección de una sola prestación más representativa de nuestra semana de trabajo alivia la carga de tener que evaluar todas y cada una de las prestaciones, lo que, por otra parte, no es realista. No obstante, es recomendable escuchar más de una. Para facilitar la tarea podemos centrarnos en analizar una determinada técnica que se corresponda con nuestro objetivo de trabajo de esa semana y comprobar los progresos realizados.

La prestación escogida en este caso fue la interpretación de un discurso de veinte minutos de duración en inglés con el título «Estrategias de posicionamiento» («Growth hacking»). El discurso fue pronunciado por la intérprete y docente Michelle Hof en el transcurso de la *mock conference* «Marketing Digital» celebrada en el seno del Máster de Interpretación de Conferencias de La Laguna. En este caso, se habían facilitado las presentaciones en *powerpoint*, para proceder a la preparación terminológica y documental del encargo con anterioridad.

En los siguientes apartados, realizaremos una autoevaluación exhaustiva, siguiendo unos criterios fijos y definidos con anterioridad para garantizar la mayor objetividad posible (teniendo en cuenta que se trata de la propia prestación). Para detectar segmentos con problemas es necesario analizar, no sólo el pasaje susceptible de mejora, sino toda la interpretación en su conjunto con respecto del original.

En aras de la claridad expositiva de este trabajo, vamos a escoger un método un tanto arduo, consistente en la transcripción íntegra del texto original y la interpretación y su disposición paralela en forma de tabla (similar a la de dos textos alineados en un *software* de traducción asistida por ordenador). Un intérprete no tiene tiempo ni paciencia para ser tan metódico: un método de trabajo equivalente sería escuchar el original durante un breve fragmento, hasta que el orador haya expresado una idea con sentido completo y luego escuchar la propia prestación y comparar el contenido y observar la corrección de la expresión, para identificar los problemas y las soluciones ofrecidas. Para aprovechar aún más el ejercicio, el intérprete puede decidir si escucha primero el fragmento original y lo guarda en la memoria para compararlo con su versión (con opción de apuntar datos concretos como cifras o nombres propios) o si lo emplea para practicar la toma de notas de consecutiva para luego comparar sus notas de cada fragmento con su propia interpretación. Esto puede resultar un aliciente ya que no solo se revisa un ejercicio que ya se ha superado con anterioridad, sino que se refuerza con ello la escucha activa, así como otras habilidades necesarias en interpretación, de modo que se disminuye así la sensación psicológica de estar «perdiendo el tiempo».

Tanto mediante ese último método como mediante el de representación visual escogido, es difícil realizar apreciaciones sobre la aplicación de técnicas como la anticipación o la longitud del desfase aplicado por el intérprete, ya que no se produce la superposición de ambos textos orales, perdiéndose por completo la noción de «simultaneidad» que entraña la dificultad de esta modalidad de interpretación. Por otro lado, este método nos permite centrarnos mucho más en la fidelidad de la interpretación a nivel de contenido que el mero ejercicio de volver a escuchar la prestación de forma aislada del original<sup>4</sup>. No obstante, la comparación de textos desvinculados del factor de simultaneidad puede

---

<sup>4</sup> Un ejercicio que, por otra parte, es útil para apreciar la forma y presentación del contenido.

aun así permitirnos entrever la aplicación de técnicas como el desfase, ya que su uso revertirá en el contenido y la presentación del mismo (presencia de pausas largas en el interior de un enunciado o demasiado largas entre distintos enunciados, falta de contenido relevante, aceleración brusca de la prosodia al final de una frase, etc.), por lo que es posible, a pesar de todo, realizar un diagnóstico bastante certero y completo.

Por supuesto, sería posible ser más minuciosos y anotar los minutos, segundos y décimas de segundo en que está registrada cada intervención. Este método dejaría una mayor constancia de la simultaneidad del ejercicio y de las técnicas y estrategias puestas en práctica y que pueden dar lugar a errores u omisiones cuando no se aplican correctamente. Sin embargo, como decimos, este trabajo tiene un corte práctico: se trata de facilitar a los estudiantes de interpretación y a los intérpretes al comienzo de su carrera unas pautas prácticas y realistas de cómo pueden formarse de forma autónoma y, en ningún caso, de un estudio descriptivo y exhaustivo de casos para el cual se necesitaría una muestra de prestaciones mucho mayor y otro planteamiento.

### 2.3.1. Convenciones de las transcripciones

La transcripción completa del discurso original, así como de la prestación analizada se recogen de forma íntegra en el *Anexo II*. Asimismo, se recogen algunos ejemplos aislados en diferentes subapartados a lo largo del apartado *Autoevaluación*.

Antes de continuar conviene hacer una breve mención a la representación visual de algunos fenómenos orales en la transcripción. Las anotaciones sobre aspectos de la presentación se recogen entre corchetes. Por lo demás, se han seguido las normas generales de gramática y estilo de las correspondientes lenguas, inglés y español.

Los discursos orales tienen la particularidad de que, al ser improvisados, contienen una mayor presencia de pausas, ya sea para planificar el discurso posterior o para corregir el curso de un enunciado y optar por formular la misma idea de otra manera. Incluso es posible que una idea quede inconclusa. Esta fugaz interrupción del flujo comunicativo puede materializarse en forma de silencio o de ruido dubitativo o de muletilla. Para representar los silencios de este tipo hemos introducido puntos suspensivos. Para representar la pausa con ruido hemos introducido una anotación entre corchetes que reza: «ruido residual».

Asimismo, hemos hecho uso de los corchetes para indicar fragmentos que no se escuchan bien a partir de la grabación (etiqueta «ininteligible») y fenómenos de la entonación.

La entonación es una herramienta muy elocuente y útil para el intérprete, ya que su correcto uso puede ayudarle a ser más económico en la expresión («buen uso de la entonación») o a mostrarse dubitativo ante su audiencia («tono ascendente» al final de un enunciado no interrogativo).

La improvisación propia del lenguaje oral, a menudo, da lugar a enunciados excepcionalmente largos y complejos en los que pueden darse incoherencias de tipo gramatical o anacolutos. Una buena interpretación tenderá a elaborar versiones definitivas de cada idea, formuladas de una forma concisa y sencilla. El riesgo de elaborar frases demasiado complejas reside en la posibilidad de cometer el mismo tipo de incoherencias gramaticales, aceptables en el caso de un discurso oral, pero no deseables en una interpretación, que ha de ser una versión más clara y pulida de la

intención original. Es por este motivo que hemos marcado los anacolutos en la prestación con un asterisco.

### 3. Autoevaluación

*Cuantos más problemas se hayan detectado, cuantos más dilemas previos se hayan solucionado, cuantas más posibilidades de analizar a posteriori prestaciones propias y ajenas, mayores serán las oportunidades de construir una conciencia fina y una sensibilidad atenta a cómo reaccionar en caso de problemas, sabiendo que estos siempre se presentan a lo largo de una jornada de interpretación, incluso después de quince-veinte años de experiencia.*

Mara Morelli (2007: 3)

La evaluación se realizará en torno a unos criterios fijos y previamente establecidos. Podemos emplear el mismo baremo de evaluación que se utilice en nuestros estudios de posgrado. En muchas escuelas de intérpretes, la evaluación se estructura en torno a unas pocas categorías principales: contenido, expresión o forma, técnica de interpretación y presentación o aptitudes comunicativas. El nombre escogido para la categoría en cuestión puede variar, pero los parámetros que se valoran son fundamentalmente los mismos, al margen de la etiqueta.

Ya hemos comentado lo que se espera en cuanto a contenido y expresión, según los principios de una buena interpretación. En cuanto a la presentación, es lo que algunos docentes-intérpretes denominan «el empaquetado del producto» («packaging», *ibíd.*: 261) y es que es en este aspecto donde se pone de manifiesto de forma más evidente la naturaleza comunicativa de la interpretación (*ibíd.*: 213).

Dicho esto, para nuestra autoevaluación valoraremos la fidelidad en el contenido, la corrección de la forma y buscaremos, tanto en estos aspectos como en el de presentación, respuestas a los posibles problemas que hayan surgido en la aplicación de la técnica por parte de la intérprete: si se ha hecho un uso razonado de las distintas técnicas y si las estrategias han sido acertadas. Sobre todo, nos centraremos en cómo sacar un mayor partido de la técnica para corregir errores en el futuro. Como vemos, la técnica es el instrumento necesario que nos permite pulir nuestra prestación. No es sino a partir del perfeccionamiento técnico con la práctica que podemos garantizar una interpretación de calidad. Una vez detectados los errores y sus causas, podremos diagnosticar el refuerzo de una determinada técnica o la aplicación de otra serie de tácticas y sugerir ejercicios centrados en mejorar los aspectos señalados de un modo individualizado e intensivo.

Para el caso, vamos a emplear como referencia los criterios de evaluación que la Dirección General de Interpretación de la Comisión Europea aplica a los aspirantes que se presentan al test interinstitucional para incorporarse al servicio de interpretación de las instituciones europeas. Este modelo resulta particularmente ilustrativo, ya que para cada categoría los criterios se formulan en forma de pregunta, lo que da la impresión de estar dialogando con el evaluador. El modelo se reproduce en el *Anexo I*.

#### 3.1. Contenido

Podemos decir que la prestación, a nivel macro (del texto como unidad de comunicación, Jones, 2002: 67) es verosímil. A nivel micro (de ideas del texto, *ibíd.*),

no obstante, hay algunas incoherencias, generadas en dos de los casos por la elección de enlaces que contradicen el sentido del original. De este modo, el segmento interpretado presenta un matiz que no estaba en el texto original, dando lugar a un falso sentido. En el ejemplo inferior la relación de consecuencia expuesta en el original se convierte en causalidad debido a la elección del enlace *porque*.

Candy Crush Saga, for instance, is a perfect example. I play on the free version, my kids play on the free version and we refused to buy the extra ads, that they're constantly offering us and we never made it past level twenty-two. Por ejemplo, Candy Crush Saga. Yo jugaba la versión gratuita, mis hijos también y siempre nos hemos opuesto a comprar la versión de pago, porque nunca hemos pasado del nivel veintidós.

En el siguiente ejemplo, el enlace *incluso* se carga de un tinte negativo al introducir el nexos concesivo *a pesar de*, que no estaba presente en el original, tergiversándose la intención de la oradora. Además, el uso de este tipo de enlaces que rigen una oración subordinada en el texto interpretado va en contra de una de las herramientas de que dispone la técnica de simultánea y que facilitan la vida la intérprete: la simplificación sintáctica en la segmentación o salami, que comentaremos en el apartado de *Técnica*.

Even such respected, long-standing traditional media services as the New York Times also uses a freemium business model. They let everybody access articles for free on their website each month. A pesar de la tradición tan extendida, tan respetada de medios como el NYT, el NYT también usa estrategias de *freemium*. Es posible leer 10 artículos de manera gratuita en su página web.

Volviendo a la macroestructura, podemos decir que esta se ha respetado y la intérprete ha hecho uso de enlaces para conectar su texto interpretado de forma coherente. La precisión es la gran asignatura pendiente en esta prestación, que se manifiesta en forma de omisiones y poda de detalles que dan lugar a una versión desprovista de un gran número de matices y que parece un resumen de lo que ha dicho la oradora. Asimismo, se percibe la modulación del mensaje original en algunos casos, dando lugar a «versiones paralelas». A continuación, se reproducen algunos ejemplos concretos. Las desviaciones del mensaje original aparecen marcadas en cursiva en la prestación (columna derecha):

How did Hotmail get people to sign up to its web based emails\* [ruido residual] service? Well, basically all they did is, [they] added an automatic footer to every email that was sent by its members saying “get your own Hotmail account here” with a click\* [ruido residual] with a link, that could be clicked on. Hay servicios de Hotmail en los que todos alguna vez nos abrimos una cuenta. Normalmente nos invitaban a abrimos una cuenta en Hotmail gracias a pinchar en un determinado link que nos enviaban.

And so, the first Hotmail users who were sending emails were automatically advertising Hotmail services to their friends. Every time they sent an email they were basically sending out a word of mouth recommendation to all of their friends to sign up for Hotmail too.

And Hotmail made it easy for people to sign up by including a link right in the email.

Again, it sounds very, very simple but believe it or not these sorts of organic approaches to increasing brand awareness can be really, really effective.

Again, Dropbox is another perfect example. Dropbox uses a referral programme that rewards users who manage to sign up other users. So, if you have a Dropbox account and you manage to convince a friend to sign up a Dropbox account through you, you get an extra 500 Mb of storage for free.

En el último ejemplo vemos que, de nuevo, se hace una sobreinterpretación del mensaje de la oradora, que expresaba una doble condición y se añade un matiz que no estaba presente en la versión inicial, dando lugar a un falso sentido.

Para concluir este apartado podemos hablar de una tendencia al resumen y a la sobreinterpretación de la intención de la oradora, un vicio que, llevado al extremo puede llevarnos a construir una versión paralela que se «parece» al original, pero que no lo es. La línea de trabajo en horas de autoformación va a ser por tanto el intento por ser más precisa y rigurosa con el contenido original y ceñirse a lo que se ha dicho sin añadir ningún tipo de matiz adicional.

### 3.2. Expresión

La expresión es, por contrapartida, el punto fuerte de esta prestación. La prestación mantiene la corrección gramatical con alguna incidencia leve que pone de manifiesto la competición de esfuerzos de la que habla Gile: la presencia de varios anacolutos (*es un término verdes\**; *puede que estén decepcionado\**) y una oración cuyo sujeto no concuerda con el predicado (*Pero en realidad todos los servicios que lo hacen especial, que lo hacen destacar, todo lo que tiene de novedoso... tienen que pagar por ello*). La coherencia se mantiene, ya que la intérprete concluye todas sus frases (Jones, 2002: 71). Por lo general la expresión es despegada del inglés, aporta equivalentes idiomáticos en español (*acuñar un término por coin a term, el boca a boca por word of mouth, trabajar en equipo por work together collaboratively*) con alguna excepción (*romperse la página en lugar de caerse la página, miremos a este término\* por let's look at this term*). No se detectan caídas de registro (el inglés es, por lo general, una lengua bastante coloquial si la comparamos, por ejemplo, con el español) y este se adapta para mostrar una mayor familiaridad a la hora de contar las anécdotas (*poner dinero por shell out some money*).

Así que, cuando nos enviaban un mensaje había recomendaciones e invitaciones para nuestros amigos para abrirse una cuenta.

Puede que parezca una técnica muy sencilla, *demasiado*, pero se trata de un enfoque orgánico para popularizar una marca.

Hay otro ejemplo. Dropbox, que funciona también por invitación. Si se abre una cuenta en Dropbox, *en seguida querrán* invitar a otros usuarios porque eso a usted le da 500 Mb extra de espacio gratuito.

La terminología empleada es correcta; no obstante, se produce un uso inconsistente de la misma, oscilando entre ofrecer el término en español, en inglés con pronunciación inglesa, en inglés con pronunciación naturalizada en español y ambos términos. Este caso se comentará con mayor detenimiento en el apartado de *Técnica*.

### 3.3. Presentación

En cuanto a presentación, se aprecia un flujo de información constante y sin picos de velocidad más acusados al final de frase. En general, no se observan pausas en mitad de un enunciado a excepción de una oración con una enumeración de cuatro elementos, en la que se reproducen varios de ellos, pero con una breve pausa entre cada uno, de modo que da la impresión de que la intérprete esté «esperando» a que la oradora pronuncie el siguiente elemento para poder terminar su enunciado. Este caso lo comentaremos con mayor detenimiento en el apartado *Técnica*.

También se aprecian, en ocasiones, pausas relativamente dilatadas entre cada segmento de información, a pesar de que se trataba de una oradora rápida y el flujo de información era constante por su parte. La presencia de silencios prolongados entre enunciados en la interpretación, permite al cliente oír la voz del orador durante unos segundos antes de escuchar la versión del intérprete y esto puede generar desconfianza. Las repercusiones de esta y la anterior observación se comentarán en el apartado *Técnica*.

La dicción es excelente, no se aprecia uso de muletillas ni ruidos residuales, la respiración es pausada, tiene una buena disciplina de uso del micrófono y no deja entrever insatisfacción en la voz en los momentos débiles de la prestación.

### 3.4. Técnica

Vistas las observaciones en cuanto al contenido y a la expresión, resulta evidente un gran desequilibrio cualitativo entre ambas categorías: siendo muy impreciso el contenido, pero relativamente pulida la expresión. Sin duda, la intérprete estaba centrando una mayor atención en construir un discurso propio coherente que en reproducir fielmente el contenido del original. Como ya indicamos, la gran dificultad de esta modalidad de interpretación radica en su «simultaneidad», precisamente. Esto implica que el intérprete debe estar pendiente a dos flujos de discurso al mismo tiempo: el que recibe y el que emite. Sin la ayuda de la técnica, una mayor atención al contenido repercutirá en una peor expresión en la lengua de destino (calcos, pobreza de vocabulario, incorrecciones gramaticales, frases inacabadas...) y viceversa (omisiones e imprecisiones importantes, adiciones...). Si se aplica correctamente la técnica es posible respetar el contenido al mismo tiempo que se cuida la expresión. Con aplicar «correctamente» la técnica nos referimos a tomar las decisiones que nos permitan cumplir con los, ya mencionados, principios de una buena interpretación: ser más económicos en nuestra expresión para poder aunar contenido y expresión correctos (Jones, 2002: 70), además de asegurar el impacto comunicativo del mensaje (ibíd.: 66). A continuación, analizaremos la técnica de la intérprete para buscar respuestas sobre las incidencias comentadas en el contenido y poder así definir una estrategia para futuros ejercicios y las líneas de trabajo de autoformación.

Ya hemos comentado que una de las leyes por las que se guían los intérpretes para definir su estrategia consiste en «minimizar la interferencia en la recuperación de información» (Gile, 2009: 212). Es decir, el intérprete debe tratar de expresarse de la forma más sintética y efectiva posible, esto es, debe evitar repeticiones, circunloquios y

oraciones sintácticamente complejas y excesivamente elaboradas. Asimismo, debe encontrar un equivalente efectivo en la primera versión para los conceptos clave y no ahondar en la búsqueda de sinónimos, incluso si no es la mejor opción posible, ya que esto le haría invertir un esfuerzo adicional que le pasaría factura en segmentos posteriores (Jones, 2002: 69-70)

A la vista de las soluciones ofrecidas por la intérprete comprobamos que esta ha sido precisamente la tendencia: ha optado por soluciones de reformulación innecesariamente extensas, en las que abundan las autocorrecciones en forma de lista de expresiones sinónimas (*no lo sé, tengo mis dudas; una página de pago, una página de conversión*). Del mismo modo, se produce una inconsistencia en el uso de la terminología por dudar entre aportar el término extranjero con pronunciación foránea (*los hackers*) o naturalizada al español (la hache pronunciada como jota). Además, se opta reiteradamente por ofrecer ambas versiones del término (el original en inglés y su equivalente en español) en forma de doblete (*growth hacking o estrategia de posicionamiento, marketing o mercadotecnia, etc.*). Esta prolijidad no solo es innecesaria desde el punto de vista de la información, sino que además supone un obstáculo para la intérprete, que alarga sus frases, dificultándose la tarea de escuchar y analizar segmentos posteriores del discurso. Esto tiene como consecuencia a su vez que la intérprete se ve obligada a «reconstruir» esa parte del discurso por lógica, lo que conduce potencialmente a adiciones y sobreinterpretaciones del mensaje original, o bien a omisiones. Es vital en este punto distinguir entre la reconstrucción y la omisión como tácticas empleadas de forma consciente y que parten de la base del análisis del discurso (véase *Comprehension tactics*, en Gile, 2009: 201) de meras reacciones espontáneas que no están motivadas por el deseo de cumplir los principios de una buena interpretación: precisión y economía del lenguaje.

Además, hemos comentado la existencia de una tendencia a la generalización del mensaje. No pensamos que esta generalización responda a una aplicación consciente de esta táctica (Jones, 2002: 101) ni a una de simplificación (ibíd.: 98), ya que la omisión de los elementos no responde a una lógica de priorización de la información, eliminando ideas secundarias para favorecer la transmisión de las principales.

No obstante, podemos constatar que los problemas de transmisión del contenido no se deben en ningún caso a lagunas de comprensión por parte de la intérprete de su lengua de trabajo. ¿A qué pueden deberse, entonces? La presencia y naturaleza de las pausas en la prestación puede ser un indicador muy elocuente para determinar la estrategia adoptada por la intérprete en este discurso, o la ausencia de tal estrategia. La presencia de pausas dilatadas entre frases indica que el *décalage* escogido para esos segmentos es muy largo. Retrasar la producción de un enunciado deliberadamente puede ser una táctica válida en un determinado segmento, por ejemplo, para obtener más información del contexto que permita eventualmente reconstruir un elemento que se ha perdido (Gile, 2009: 201). Sin embargo, usar un *décalage* muy largo como norma conlleva la dificultad de que la información debe acumularse en la memoria operativa («working memory», en Gile, 2009: 201)<sup>5</sup>. Con frecuencia, esto da lugar a una saturación cognitiva que decanta la necesidad de resumir el mensaje del orador, de modo que no siempre se cumple con el principio de priorizar las ideas principales o se incurre en una pérdida de detalles demasiado costosa que es, en última instancia, una pérdida de contenido. Si al

---

<sup>5</sup> Cabe apuntar aquí como posible táctica la de anotar algún elemento importante para no olvidarlo; no obstante, esta solo suele aplicarse a datos muy concretos como números, lo que se convierte en un reflejo automático, ya que, de otro modo, anotar también es un esfuerzo y requiere atención (Gile 2009: 204).

dilatado *décalage* le añadimos la reformulación prolija, la dificultad de la intérprete para recuperar el contenido está servida. Estas dos prácticas combinadas y llevadas al extremo, darían lugar a aquello que se denomina hacer «miniconsecutivas», de modo que se sacrificaría todo el contenido que se recibe mientras se enuncia la información anterior, perdiendo todo el sentido de simultaneidad de las tareas de análisis del discurso y producción de la versión interpretada. Por todo lo expuesto anteriormente consideramos que la intérprete no ha seguido una estrategia acertada, incluso es discutible si ha seguido una estrategia, ya que las soluciones aportadas no parecen responder a un deseo consciente de cumplir con los principios de una buena interpretación.

De nuevo, la presencia de pausas, en este caso en el interior de un enunciado, conllevan otra serie de implicaciones. Nos remitimos al caso referido en el apartado *Presentación*. El ejemplo es el siguiente:

Growth hacking is a marketing technique\*, primarily a digital marketing technique that uses creative advertising campaigns, it uses [ruido residual] social media, it uses a lot of analytics and what's known as organic PR in order to increase a brands exposure. In order to make more people aware of the existence of the brand and convince them to use it.

Se trata de una estraga de marketing. Una estrategia que usa analíticas... redes sociales, y... crecimiento orgánico para intentar convencer a más usuarios a\* ser su cliente.

En este caso la intérprete ha anticipado correctamente una sucesión de elementos, por lo que ha optado por reducir su distancia con respecto a la oradora (Gile, 2009: 204) para reducir así la cantidad de información almacenada en la memoria operativa y reducir el riesgo de olvidar alguno de ellos. No obstante, se producen incómodas pausas en mitad del enunciado, que no son deseables para proporcionar una buena presentación.

Pudiera parecer a simple vista que el ajuste del *décalage* es un arma de doble filo. Sin embargo, la solución pasa por combinar una menor distancia que permita seguir más fielmente el contenido con la técnica de salami o segmentación, es decir, la fragmentación de los enunciados originales en oraciones simples con unidades de información completas<sup>6</sup>. Esta técnica se aplicaría al segmento anterior de la siguiente forma:

«**La estrategia de posicionamiento** es una técnica de marketing. Usa **campañas de marketing** creativas, **redes sociales** y **analíticas**. También, (el llamado) **crecimiento orgánico**. Aumenta la **exposición de una marca** para darla a conocer y captar clientes.»

Este es un ejemplo de cómo es posible construir hasta cuatro enunciados con sentido completo a partir de tan solo uno muy largo. Se trata de una versión «ideal», ya que transmite las ideas principales eliminando la información superflua (*primarily a digital marketing technique...*). La segmentación en enunciados más cortos permite a la intérprete concluir sus frases sin dejar incómodas pausas intermedias, dominando su propio discurso. El *décalage* más corto permite conservar las ideas clave y respetar los términos. La segmentación es posible gracias a la «escucha activa» o análisis del

<sup>6</sup> Estas dos técnicas están tan íntimamente ligadas que autores como Gillies consideran que el salami es una de las técnicas del *décalage* (2013: 209).



discurso original, lo que permite a la intérprete reconocer las ideas clave y sus términos asociados (marcados en negrita) y cuando puede «despegarse» para ofrecer una versión mucho más idiomática en español (*darla a conocer y captar clientes*). Por último, pero no menos importante, reducir la distancia con respecto a la oradora permite a la intérprete terminar sus frases más cerca del original, lo que disminuye el riesgo de entorpecer la escucha y análisis de segmentos inmediatamente posteriores y permite acortar las pausas entre segmentos interpretados, dotando a la prestación de una mayor naturalidad. Además, en esta versión la intérprete ofrece un solo equivalente para cada término, lo que le permite invertir sus capacidades cognitivas en el análisis de lo que sigue, sin tener que sacrificar información en el intento.

Acabamos de presentar un ejemplo de cómo la aplicación de la técnica puede revertir positivamente en el respeto del contenido, el cuidado de la expresión y la mejora de la presentación. Para ello es necesario afrontar la interpretación con una estrategia, una reflexión previa sobre los objetivos que se quieren alcanzar: respetar los principios de una buena interpretación. En el caso particular de esta prestación, el aspecto que hay que mejorar más urgentemente es la recuperación del contenido. Para ello hay que adoptar un enfoque más centrado en el análisis del contenido y en ese sentido se impone la necesidad de simplificar la expresión. La intérprete debe hacer un uso razonado de las herramientas de la técnica, de modo que estén al servicio de sus objetivos y pueda hacerse dueña de su propio discurso, para no quedar a expensas del orador. La estrategia más adecuada, de este modo, debe ser la de reducir la distancia con la oradora y generar oraciones simples a partir de oraciones largas y complejas (*salami*). La premisa de reformular para simplificar lo complejo implica una gran dosis de análisis del discurso original, lo que le permitirá discriminar la información prescindible de la principal, la toma de decisiones sobre la marcha («online decisions», Gile, 2009: 201) y la consecuente puesta en práctica de tácticas («coping tactics», *ibíd.*: 191) para resolver problemas puntuales que la intérprete irá anticipando, en la medida de lo posible, a partir de su propio análisis del discurso.

¿Y cómo se pone en práctica todo lo anterior? La identificación de los problemas es el primer paso para elaborar un diagnóstico de las causas de los mismos (Gillies, 2013: 37). Una vez reconocidas las causas es posible recetar un tratamiento a base de ejercicios centrados en la consolidación de una determinada técnica o combinación de ellas, incluso a riesgo de ver empeoradas destrezas que ya se consideraban asentadas (como el cuidado de la expresión, en este caso). Y es que hay tantos factores que combinar en una simultánea que es necesario trabajarlos por partes: para aprender a hacer malabares con cinco bolas es más fácil empezar por dominar el manejo de tres, en lugar de lanzar cinco a diestro y siniestro.<sup>7</sup>

#### 4. Autoformación

Recogemos aquí un resumen de las sugerencias del decálogo de quince puntos de Gillies (*ibíd.*, 2013: 11-14) sobre cómo practicar. Estableceremos una rutina de trabajo de sesiones breves, pero frecuentes en las que trabajemos con un objetivo concreto, por ejemplo, en este caso la intérprete podría escoger como objetivo disminuir o flexibilizar el desfase.

Podemos centrarnos en este objetivo durante un periodo de tiempo prudencial, por ejemplo, durante una o dos semanas de forma intensiva (*ibíd.*: 12). Es recomendable

<sup>7</sup> Tomamos prestada esta plástica metáfora de la intérprete AIC y docente del MIC de La Laguna, Michelle Hof, quien ya la empleara en una publicación en su blog *The Interpreter Diaries*.

hacer partícipes a nuestros docentes de nuestro objetivo para que nos evalúen según el mismo.

Si estamos trabajando en cabina, es posible representar nuestros objetivos, la estrategia que vamos a seguir, la técnica, así como posibles tácticas que queramos incorporar en forma de *flashcard* o en un pósit (ibíd.: 250). La representación visual nos puede ayudar a fijar mejor nuestros objetivos.

También es recomendable llevar un cuaderno de seguimiento de nuestra autoformación, en el cual podemos recoger la información sobre nuestras autoevaluaciones, próximos objetivos y estrategias. La ventaja del cuaderno sobre las *flashcards* reside en que al estar escrito y archivado cronológicamente es posible hacer un repaso retrospectivo de nuestros progresos, de modo que podremos comprobar cómo hemos superado ya algunos objetivos, que nos han permitido avanzar hacia la consecución de otros nuevos, y así sucesivamente (ibíd.: 251).

#### 4.1. Líneas de trabajo

Hemos observado una serie de soluciones de interpretación que no parecen responder a una estrategia, ya que no aspiran a cumplir los principios de una buena interpretación. La intérprete se ha centrado más en el hilo de discurso propio que en el original, con un perfeccionismo patente en la expresión que da lugar a soluciones de reformulación extensas y elaboradas, a repeticiones, autocorrecciones y dobles terminológicos. Se detecta una excesiva preocupación por la expresión, lo que la complica innecesariamente y ese esfuerzo se refleja en una falta de análisis del contenido original. Ya hemos caracterizado las soluciones escogidas en una autoevaluación e identificado como problema principal la falta de análisis del contenido que se debe, a su vez, a la falta de una estrategia previa que permita a la intérprete cabalgar sobre el discurso, en lugar de dejarse arrastrar por él. Nuestro objetivo va a ser, por tanto, recuperar el contenido de la forma más fiel posible y nuestra estrategia, reducir al mínimo la interferencia de la expresión. ¿Qué técnicas podemos poner al servicio de nuestra estrategia? Al comienzo de este trabajo hemos nombrado cuatro principales: *décalage*, salami, anticipación y reformulación.

Hemos apuntado la conveniencia de reducir la distancia con la oradora (eliminando pausas dilatadas entre cada segmento interpretado) para no sobrecargar la memoria e interferir en el análisis de posteriores segmentos. La reducción del *décalage* ha de combinarse con la segmentación de las oraciones del original en segmentos de sentido informacional completo. La técnica del salami nos permite, así, eliminar las incómodas pausas en mitad de un enunciado y terminar nuestros propios enunciados en todos los casos, manteniendo la coherencia del discurso interpretado (Jones, 2002: 71). En la prestación analizada, se detecta un desfase prolongado, que va más allá de escuchar la información estrictamente necesaria para construir un enunciado propio. Además, se mantiene estable a lo largo del discurso, a pesar de tratarse de una oradora rápida, por lo que se palpa una falta de flexibilidad en la adaptación del desfase.

La construcción de oraciones simples a partir de enunciados complejos lleva implícita la reformulación del mensaje original y el necesario análisis del discurso que permitirá, en última instancia, discriminar las ideas principales y secundarias en el discurso. Este análisis nos permitirá, asimismo, identificar problemas sobre la marcha y tomar las decisiones más acordes con nuestra estrategia, aplicando, así, las correspondientes tácticas.

Gran parte del éxito en la identificación de problemas que pueden surgir a lo largo de un discurso depende de nuestra capacidad de anticipación, que se deriva, a su vez, de nuestra preparación, por una parte, y de nuestro análisis del discurso, por otra. De este modo podemos hablar de una anticipación de tipo lingüístico y extralingüístico (Gile, 2009: 173-175). La anticipación extralingüística es aquella que se relaciona con la capacidad de prever ciertas reacciones por parte del orador y que es posible gracias a nuestro conocimiento del contexto en que se desarrolla el evento, el orador, etc. En definitiva, se da en gran medida gracias a los conocimientos adquiridos durante la fase de preparación y nuestra capacidad de seguir deduciendo probabilidades a partir de estos. La anticipación lingüística, por su parte, hace referencia a nuestra capacidad de vaticinar cómo sigue un determinado enunciado, dado nuestro dominio de la lengua de origen, que no se basa solo en conocer palabras y estructuras sino en conocer las combinaciones habituales entre ellas (en forma de colocaciones, complementos de régimen, etc.). Esto que Gile denomina «transitional probabilities» (ibíd.: 173) cobra vital importancia en la comprensión del discurso en IS (ibíd.: 174), ya que nos permite anticipar, aliviando la carga intelectual y ahorrando capacidad para destinar a otras tareas, reduciendo, así, los niveles de estrés (Gillies, 2013: 213).

Hemos descrito los procesos que sigue la anticipación en el plano mental. No obstante, según algunos autores es conveniente anticipar también en el plano fonético, es decir, pronunciar algún segmento de contenido incluso antes de que lo haga el orador. La necesidad se hace especialmente patente en casos de lenguas con estructuras sintácticas como la del alemán, con tendencia a encadenar oraciones subordinadas, y en las cuales la información más relevante (la acción) se ofrece al final de la frase. Es bien conocida entre los intérpretes de alemán la técnica de anticipación de verbos (Jones, 2002: 107). No obstante, la anticipación fonética no es una técnica restringida a lenguas con la idiosincrasia del alemán, sino que, aplicada correctamente, puede ser una herramienta utilísima en tanto que ayuda a descargar la memoria operativa, supone un ahorro de tiempo para el intérprete y puede ayudarle a mejorar su expresión (ibíd.).

Además de nuestra estrategia previa, adoptada a partir de nuestra autoevaluación, es necesario adaptar nuestro enfoque al discurso y al orador en cuestión y a la intención del mensaje. Nuestra preparación previa a un encargo de interpretación nos permitirá anticipar estas circunstancias, evitando giros inesperados y estrés y asegurando el éxito de la comunicación. No obstante, muchas de estas circunstancias específicas del discurso, el orador y su intención se descubren al comienzo del mismo discurso (por ejemplo, si el orador avanza la estructura de su discurso y sus principales argumentos antes de entrar en materia) o «en directo», a medida que el intérprete se va enfrentando a los distintos enunciados del texto original. Estos descubrimientos sobre la marcha deben hacernos adaptar nuestra estrategia según sea necesario, aplicando las diferentes técnicas y tácticas de la forma más apropiada. Por ejemplo, en este caso, se trataba de una oradora rápida. Este hecho, ya se haya anticipado o comprobado sobre la marcha, debe decantar una adaptación de la estrategia y en la técnica de la intérprete: por ejemplo, reducir el *décalage* y ser sucinta, para seguir el ritmo de la oradora.

En los apartados tanto de *Expresión* como de *Técnica*, hemos destacado la inconsistencia terminológica patente en la indecisión a la hora de escoger los términos en inglés o sus equivalentes en español o incluso ambos en forma de doblete empleados de forma reiterada en el discurso. Por un lado, los términos esgrimidos son correctos, por otra, todo ese trabajo de documentación previo se ve deslucido por la indecisión de la intérprete y aún más, la duda sobre qué término escoger está requiriendo un mayor

esfuerzo en la producción que está al mismo tiempo afectando a el esfuerzo de escucha y análisis. Este es una licencia que la intérprete no se puede permitir, dadas las restricciones de tiempo y las dificultades en IS. Se trata de una decisión que tiene que haberse tomado idealmente en la fase de preparación, previa al encargo, y si no, en la primera ocurrencia de cada término, optando por mantener la coherencia terminológica en el discurso.

Ya hemos apuntado las principales técnicas que la intérprete debería incorporar para cumplir con los principios de una buena interpretación, las cuales recogemos en forma de conceptos clave en la tabla en la parte inferior.

Líneas de trabajo	Objetivos
<b>Reducir/flexibilizar desfase</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· reducir la duración de las pausas entre enunciados</li> <li>· eliminar las pausas dentro de un enunciado</li> </ul>
<b>Salami</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· discriminar entre ideas principales y secundarias (¿qué información se puede omitir?).</li> <li>· identificar problemas y aplicar tácticas</li> </ul>
<b>Anticipación mental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· anticipar problemas y adaptar nuestra estrategia</li> </ul> <p><b>lingüística:</b> prever fin plausible del enunciado.  <b>extralingüística:</b> prever posibles reacciones/cambios de tercio del orador</p>
<b>(Anticipación fonética)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· aliviar la memoria operativa</li> <li>· reducir el desfase con el orador</li> </ul>
<b>Gestión terminológica/Fase de preparación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· economía de expresión/precisión</li> <li>· aliviar la memoria operativa</li> </ul>

#### 4.2. Autoformación

En este apartado, apuntaremos algunos posibles ejercicios para trabajar las técnicas susceptibles de mejora: *décalage*, reformulación (salami) y anticipación, así como sugerencias para gestionar mejor la terminología. Compartimos la opinión de que es posible ejercitar estas técnicas de forma más o menos aislada, a partir de ejercicios que no consisten solo en interpretar (Gillies, 2013: 3-4). No pretendemos realizar una enumeración exhaustiva de ejercicios prácticos, que ya están recogidos en la obra *Conference Interpreting: A Student's Practice Book*. Más bien, nuestro objetivo es ofrecer un ejemplo de cómo podemos integrar estos y otros ejercicios en el proceso de autoformación, a partir de la identificación de las técnicas que requieren más práctica en la autoevaluación. Los ejercicios aquí sugeridos se extraen, de la fuente citada, o se inspiran en aquellos sugeridos por profesores o se basan en la experiencia propia. En el caso de los ejercicios con discursos (grabados o transcripciones), es necesario situarse antes de empezar, con una sucinta pincelada del contexto en que fue pronunciado ese discurso, el orador, lugar y fecha. Los ejercicios explicados en este apartado se recogen de manera esquemática en una tabla al final de este.

Llegamos a la primera técnica, el *décalage* o desfase. La técnica del desfase consiste, por norma general, en dejar una breve distancia entre el discurso del orador y el discurso interpretado para obtener la información necesaria que nos permita terminar nuestro

enunciado simple, según la técnica del salami (Jones, 2002: 76). No obstante, el desfase no es un fin sino un medio (Gillies, 2013: 207), una técnica que debemos poder adaptar según nuestra estrategia para ponerla al servicio de nuestro objetivo. Existe un consenso tácito entre docentes de interpretación en que fragmentos del discurso como bromas o anécdotas, por ejemplo, requieren mantener una distancia algo mayor con el orador para intentar mantener la espontaneidad del lenguaje y recrear la comicidad del episodio en cuestión o, en su defecto, aplicar una estrategia a tiempo. Por el contrario, cuando se produce una enumeración de datos objetivos, como una lista de cifras con sus respectivos referentes, es necesario reducir al mínimo la distancia con el orador, para liberar la memoria operativa de una posible sobrecarga de información y la consiguiente pérdida de precisión. Esta circunstancia de la necesaria adaptabilidad del desfase – que deberíamos modificar varias veces a lo largo del discurso – es lo que algunos docentes-intérpretes denominan la «regla del acordeón».

Hemos observado una relativa rigidez en el uso del desfase, por parte de la intérprete, que, por lo general, mantiene una distancia larga – en ocasiones, incluso comienza a hablar al final de la oración de la oradora –, y esto da lugar a una pérdida de precisión. El desfase como técnica, tiene, pues, dos características principales, por un lado, está «el momento en que empezar a hablar» (Jones, 2002: 72) y, por otro, su necesaria adaptación según el fragmento de que se trate.

Gillies propone una serie de ejercicios para trabajar la adquisición de la técnica del desfase y su adaptabilidad. Para entrenar la capacidad de reconocer el momento de empezar a hablar es posible reproducir la grabación de un discurso y detenerla cuando se haya escuchado la información suficiente para construir un enunciado simple desde el punto de vista sintáctico (Moser-Mercer, en Gillies, 2013: 207). Podríamos empezar practicando con un discurso en nuestra lengua dominante para eliminar, así, la dificultad añadida del cambio de código y centrarnos solo en reconocer los elementos que nos pueden ayudar a construir nuestro propio enunciado: distinto, pero fiel a la intención comunicativa del orador. Una vez nos hayamos familiarizado con la técnica, pasaríamos a realizar el mismo ejercicio con un discurso en alguna de nuestras lenguas pasivas, interpretándolo.

Otro desarrollo del mismo ejercicio pasa por practicar con la transcripción de un discurso oral. En ese caso, procederíamos cubriendo la primera oración del texto y descubriéndola lentamente hasta obtener la información suficiente para concluir un primer enunciado simple. A continuación, proseguiríamos con la producción de enunciados simples que recojan las siguientes ideas en el discurso. Este ejercicio también admite una progresión en dificultad: podemos empezar practicando con un discurso en nuestra lengua dominante y, más tarde, con un discurso en alguna de nuestras lenguas pasivas, como un ejercicio de traducción a vista.

Una buena idea para entrenar la adaptabilidad del desfase sería procurar interpretar con el mínimo desfase posible (Gillies, 2013: 209) que nos permita construir un enunciado simple. Notaremos, probablemente, al principio, que aumenta notablemente la aparición de calcos en la expresión en nuestra lengua activa. No obstante, el ejercicio nos aportará una mayor flexibilidad y dominio de esta técnica para acortar rápidamente nuestro desfase cuando se produzca un fragmento denso, por ejemplo, una lista de nombres propios. El ejercicio antagónico, es decir, interpretar con el máximo desfase posible que nos permita no olvidar la información, nos ayuda a trabajar la memoria operativa, a riesgo de entorpecer la escucha de segmentos posteriores de discurso que pueden conllevar otra serie de problemas distintos, como ya explicamos anteriormente. Para

obtener más ideas relacionadas con el entrenamiento de la adaptabilidad del desfase, recomendamos encarecidamente la lectura de Gillies (207-211).

Como ya apuntáramos en el apartado *Técnica*, la aplicación de la técnica del desfase está intrínsecamente ligada a la aplicación del principio de reformulación y la aplicación de una de sus principales técnicas, el salami. Prueba de ello es que cuando trabajamos en la gestión del desfase estamos necesariamente poniendo en práctica distintas tácticas de simplificación en la reformulación, como el salami. Sin embargo, si quisiéramos practicar el salami de forma aislada, y sin presión de tiempo podríamos tomar el primer párrafo de la transcripción de un discurso oral y construir tantas oraciones simples como sea necesario para recoger todas las ideas expresadas en él. Una buena idea sería deshacerse de la redundancia, reiteración y circunloquios característicos de la expresión oral y así, además, estaremos poniendo en práctica el análisis del discurso y cumpliendo la máxima de economía de expresión. De nuevo, sería posible iniciarse practicando en nuestra lengua dominante y aumentar la dificultad añadiéndole el factor de la traducción a vista.

En nuestro intento por disminuir y flexibilizar el desfase, hay otra técnica que puede ser de lo más útil: la anticipación. De hecho, según Jones, «el intérprete puede empezar a hablar una vez que posea material suficiente para terminar su propia oración (interpretada)» y añade que el intérprete «no debe precipitarse a empezar una oración sin tener al menos una forma de terminarla» (ibíd., 2002: 76-77). Y es que, si el intérprete puede visualizar claramente la intención del orador, también este puede ser material suficiente para terminar una oración, adelantando en cierto modo un mensaje que debe verse confirmado unos segundos más tarde en el hilo del discurso original. Si, por el contrario, el intérprete yerra o se excede, debe corregirse inmediatamente y ser más cauto en próximas ocasiones, ya que la corrección no es más que una táctica aceptable si es puntual, dado que puede causar desconfianza en el cliente.

En el apartado *Líneas de trabajo*, hemos hecho una distinción entre la anticipación que se produce en el plano mental y que puede ser de dos tipos (lingüística y extralingüística) y la anticipación en el plano fonético, es decir, adelantar contenido que aún no ha sido pronunciado por el orador. La anticipación mental debe producirse como parte de los procesos presentes en la fase de escucha y análisis. Nos permite atenuar la dificultad intelectual de la que hablaba Jones, de que no conocemos la intención comunicativa final del orador a medida que nos enfrentamos a cada segmento del discurso, como sí la conoceríamos en interpretación consecutiva (ibíd., 2002: 66-67) y ayuda a aliviar el estrés que genera esa incertidumbre (Gillies, 2013: 213).

Para incentivar nuestra capacidad de anticipación extralingüística, lo mejor que podemos hacer es prepararnos extensamente el encargo de interpretación. En la obra de Gillies obtenemos un amplio abanico de posibles ejercicios o modos de prepararnos antes de una conferencia (ibíd., 2013: 26-33). Entre ellos destacamos la necesidad de documentarse sobre el ponente, de leer sobre el tema de la conferencia en documentos no procedentes de traducciones (o de traducciones fiables) y la necesidad de activar este vocabulario y expresiones en la lengua de destino mediante ejercicios como la traducción a vista o la improvisación a partir de unas notas previas.

Parte crucial de la preparación de una conferencia es, además de la documentación sobre el tema, la preparación terminológica. Como ya hemos comentado, en la prestación evaluada se detecta inconsistencia en el uso de la terminología, es decir, la intérprete emplea sinónimos de forma indistinta o dobles de sinónimos no presentes

en el original. Esto último no solo contradice la máxima de economía de expresión, sino que puede llegar a dificultar la comprensión para el cliente. El uso de términos alivia la carga cognitiva del intérprete, ya que contienen un conglomerado de información que no es necesario desarrollar si son conocidos por el cliente. Respecto a la prestación, podemos decir que se había llevado a cabo una labor de documentación terminológica, pero que no se escogieron claramente los equivalentes empleados, lo que resultó, además, en un esfuerzo añadido para la intérprete durante la prestación. La elección de equivalentes puede ser una decisión sobre la marcha, es decir una táctica, pero lo ideal sería que se tratara de una decisión previa, es decir, una estrategia, para aliviar así la posible sobrecarga cognitiva de la intérprete.

Presentamos, a continuación, una sugerencia de preparación terminológica (una estrategia) y una posible táctica para solventar el problema de la intérprete. La táctica, sería una opción menos recomendable, ya que la elección de términos no responde criterios de gusto o preferencia personal. Dada la situación, la intérprete habría podido aportar un doblete español-inglés con pronunciación naturalizada en español en la primera ocurrencia del término a modo de aclaración para decantarse de forma consistente por uno de los dos durante el resto del discurso. Por ejemplo: «el llamado *growth hacking* también conocido como estrategias de posicionamiento (...) Las estrategias de posicionamiento...»). Podría haber garabateado en sus notas en cabina la opción escogida finalmente, para poder leerla directamente del papel a cada ocurrencia del término y evitarse el gasto de capacidad cognitiva en ese proceso.

En cuanto a la estrategia, esta tendría lugar durante la fase de preparación. Consistiría en leer sobre el tema de la ponencia en documentos como discursos de temática o enfoque similar, artículos previos sobre el tema, enciclopedias, prensa, etc. tanto en la lengua origen como meta para hacer un vaciado terminológico con textos paralelos. Ante todo, se recomienda evitar trabajar con textos traducidos de fuente dudosa o que no estén actualizados. Una vez hecho, es necesario decidir qué equivalente de los sinónimos encontrados corresponderá en nuestra interpretación a cada término en la lengua origen. Una vez documentados los mejores equivalentes, una buena forma de fijarlos sería elaborar una tabla de dos o tres columnas para el término en la lengua origen, meta y una breve aclaración o un ejemplo de su uso en contexto. Esto nos permite familiarizarnos con la terminología, ya que prácticamente nos la aprenderíamos de memoria. Lo ideal sería que la tabla fuera navegable (en un dispositivo electrónico) o que estuviera en orden alfabético (soporte papel). De este modo, sería más fácil localizar el equivalente rápidamente en la cabina. Es importante evitar el uso de sinónimos para garantizar la univocidad y la comprensión de nuestro público. No obstante, es recomendable incluirlos en una entrada independiente por orden alfabético en nuestra tabla con su correspondiente equivalente, para localizarlos rápidamente en caso de necesidad. Algunos autores consideran recomendable adaptar la interpretación al cliente para «aumentar el impacto comunicativo» (Jones, 2002: 98): no es lo mismo dirigirse a un público lego que a uno de expertos, el primero podría preferir el uso de equivalentes en la lengua meta, el segundo seguramente esté acostumbrado a la jerga profesional con anglicismos con pronunciación naturalizada en la lengua meta. Se trata de elegir una estrategia frente al discurso, similar al análisis previo antes de acometer un encargo o una prueba de traducción.

Volvemos al segundo tipo de anticipación en el plano mental: la anticipación lingüística. Para entrenarla es necesario refinar nuestra percepción de las llamadas «probabilidades transitorias» en nuestras lenguas pasivas, es decir, la probabilidad de

que a un determinado elemento sintáctico o semántico en una oración le siga uno en concreto y no otro (Gile, 2009: 173), como un adverbio después de un verbo y no un adjetivo o un complemento al núcleo de una colocación como, por ejemplo, *marco incomparable* o *enemigo acérrimo*. Podemos adquirir este conocimiento tanto practicando una serie de ejercicios específicos para entrenar la anticipación, como tratando de mejorar nuestras competencias lingüísticas en esas lenguas.

Puede parecer a simple vista que el intérprete no necesita mejorar sus competencias lingüísticas, porque ya debe incorporar ese nivel de dominio cuando llega a la interpretación. No obstante, en la práctica se observan casos en los que los estudiantes admitidos en un posgrado de interpretación no poseen el nivel necesario estipulado, el cual deben incorporar con mucho trabajo en el transcurso de sus estudios o a partir de estancias en el extranjero (Gile, 2009: 222). Por otra parte, la mayoría de los intérpretes comienzan su andadura profesional con unas pocas lenguas de trabajo, a las que van añadiendo más con el paso del tiempo. La técnica de interpretación es extrapolable a las diferentes combinaciones lingüísticas, por lo que hay momentos al comienzo del trabajo en una determinada combinación, en los que un intérprete puede querer reforzar sus conocimientos en una determinada lengua pasiva.

Si quisiéramos mejorar nuestras competencias en nuestras lenguas pasivas, hay toda una serie de ejercicios que podemos incorporar a nuestra rutina diaria, como leer las noticias en estas lenguas, cambiar el idioma de dispositivos que utilizamos diariamente, como el móvil, ver series o películas en versión original, etc. En definitiva, todos aquellos comportamientos que nos permitan estar en contacto continuo con las lenguas de trabajo que queramos mejorar. Para obtener más ideas o leer en mayor profundidad sobre el tema, nos remitimos a la lectura de Gillies (2013: 18-85) y Gile (2009: 222).

También trabajaremos nuestras lenguas pasivas a partir de la realización de distintos ejercicios que se centran, muy específicamente, en anticipar el lenguaje o las ideas en el texto. Una primera posibilidad de trabajo sería con la transcripción de un discurso oral. El ejercicio consistiría en descubrir la primera oración palabra por palabra hasta que se tenga la suficiente información para anticipar el final o posibles finales de la oración en la lengua de origen. Si nos equivocáramos al anticipar, registraríamos la colocación, expresión o palabra que nos indujo al error para aprender su uso en contexto.

Una segunda posibilidad pasaría por realizar una traducción a vista a partir de la transcripción de un discurso oral con la particularidad, de nuevo de ir descubriendo palabra por palabra la oración para anticipar, en este caso, la conclusión de la idea en la lengua meta. De nuevo, registraríamos todo elemento desconocido de la lengua origen para aprender su significado.

Para obtener ideas sobre cómo mejorar nuestra anticipación a partir de la elaboración de discursos y otras ideas, invitamos, de nuevo, a la lectura y puesta en práctica de los ejercicios descritos en el manual de Gillies (2013: 213-219).

Una vez que hayamos entrenado nuestra capacidad de anticipación, podremos llevarla del plano mental al fonético donde sea posible. Muy específicamente en el caso del alemán, se recomienda que se anticipen los verbos por defecto. A menudo, los instructores, sugieren que se anticipen los llamados «verbos neutros», es decir, verbos como ser, estar, hacer u otros que no incorporen matices muy específicos, para completar el significado del enunciado más tarde, si es necesario, una vez se conocen todos los complementos de la oración. No incorporar la anticipación fonética al



comienzo de la adquisición de la técnica, en el caso del alemán, revertirá en el uso de un desfase demasiado largo, dando lugar a una acumulación de información en la memoria operativa que puede desencadenar en una pérdida de información (Gile, 2009: 193). A continuación, sugeriremos un ejercicio sencillo para practicar la anticipación de los verbos en alemán. Se puede realizar con la transcripción o con la grabación de un discurso oral, pronunciado a un ritmo muy lento. Con la transcripción, podemos probar a cubrir la primera oración del texto y a descubrirla palabra por palabra, hasta que hayamos dado con una pista que nos permita terminar (anticipar) el final de la frase. Seguimos descubriendo el texto para conocer el final de la frase. Si hay algún matiz nuevo de significado lo incluiremos en otra breve frase. La utilidad de este ejercicio radica en reconocer las pistas que ofrece la lengua y saber aprovecharlas para reducir nuestro desfase, aliviando nuestra memoria. Si, por el contrario, vemos que no «acertamos», registraremos el elemento lingüístico o extralingüístico que nos indujo a error para próximas ocasiones. Asimismo, equivocarnos nos permitirá detectar mejor las pistas semánticas o sintácticas en la oración para evitar futuros errores.

Lo mismo podemos hacer, en un estadio más avanzado, con el discurso grabado. La particularidad de ser lento nos permitirá acostumbrarnos a reconocer estas pistas de forma oral e invitará a terminar nuestras frases antes que las del orador. La producción de un discurso excesivamente lento conlleva la posibilidad de olvidar el comienzo de nuestras frases, de modo que se hace imposible terminarlas de manera coherente. Además, nosotros mismos queremos presentar fragmentos más breves de información en deferencia a nuestro cliente, ya que resulta difícilísimo procesar la información a una velocidad tan lenta. Otra posibilidad pasa por interpretar un discurso en el que se omiten deliberadamente los verbos al final de la frase, de modo que el intérprete tiene que interpretarlos sin escucharlos.

Como hemos mencionado en el apartado anterior, la anticipación fonética no solo es una necesidad en lenguas como el alemán, sino que es una posibilidad plausible e incluso conveniente trabajando con otras lenguas (Jones, 2002: 106-107).

Por último, nos gustaría señalar que es posible también realizar ejercicios para entrenar habilidades tan determinantes en IS como la división de la atención, necesaria dada la simultaneidad de tareas o «dificultad acústica» de Jones (ibíd. 2002: 66) o la gestión del estrés en la obra de Gillies (ibíd., 2013).

Técnicas	Ejercicios
<b>Desfase: cuándo empezar a hablar + reformulación (salami)</b>	<b>Material:</b> un discurso grabado <b>Procedimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reproducir la grabación y detenerla cuando que se posea suficiente información para construir un enunciado simple.</li> </ul> <b>Progresión:</b> de ejercicio monolingüe (en la lengua dominante del intérprete) a interpretación
	<b>Material:</b> la transcripción de un discurso oral <b>Procedimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descubrir la primera oración hasta reunir la información suficiente para construir un enunciado simple</li> <li>✓ Proseguir con la enunciación de oraciones simples para las siguientes ideas</li> </ul> <b>Progresión:</b> de ejercicio monolingüe (en la lengua dominante del intérprete) a traducción a vista

<b>Desfase: adaptabilidad</b>	<p><b>Material:</b> un discurso grabado</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aplicar el mínimo desfase posible para construir un enunciado simple</li> <li>✓ Aplicar el máximo posible que nos permita no olvidar la información.</li> </ul> <p><b>Progresión:</b> de ejercicio monolingüe (en la lengua dominante del intérprete) a interpretación</p>
<b>Salami</b>	<p><b>Material:</b> transcripción de un discurso oral.</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tomar un párrafo y construir tantas oraciones simples como sea necesario para recoger todas las ideas expresadas en él</li> <li>✓ Eliminar la redundancia, reiteración y circunloquios</li> </ul> <p><b>Progresión:</b> De un discurso en la lengua dominante hacia esta lengua a traducción a vista con salami</p>
<b>Anticipación mental (extralingüística): preparación de la conferencia</b>	<p><b>Material:</b> discursos anteriores, prensa, enciclopedias, etc.</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Investigar sobre el tema de la conferencia, el ponente y su punto de vista</li> <li>✓ Traducir a vista discursos similares</li> </ul>
<b>Reformulación: preparación terminológica y gestión de terminología y fraseología</b>	<p><b>Material:</b> discursos anteriores, prensa, enciclopedias, etc. en la lengua origen y meta</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Leer sobre el tema de la ponencia y hacer un vaciado terminológico con textos paralelos</li> <li>✓ Elaborar una tabla de dos o tres columnas para el término en la lengua origen, meta y una breve aclaración o su definición (incluir entradas para los sinónimos)</li> <li>✓ Adaptar interpretación al cliente: grado de especialización, registro</li> </ul>
<b>Anticipación mental (lingüística): mejora de la percepción de las «probabilidades transitorias»</b>	<p><b>Material:</b> transcripción de un discurso oral.</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descubrir la primera oración de un discurso palabra por palabra hasta que se tenga la suficiente información para anticipar el finales o posibles finales de la oración en la lengua original</li> <li>✓ Registrar las colocaciones, expresiones o palabras que nos indujeron a error para aprender uso en contexto</li> </ul> <p><b>Material:</b> transcripción de un discurso oral.</p> <p><b>Procedimiento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descubrir la primera oración de un discurso palabra por palabra hasta que se tenga la suficiente información para anticipar la conclusión de la idea.</li> <li>✓ Registrar las colocaciones, expresiones o palabras que nos indujeron a error para aprender uso en contexto</li> <li>✓ Identificar y registrar colocaciones, expresiones o palabras que nos inducen a error.</li> </ul> <p><b>Progresión:</b> de ejercicio monolingüe a traducción a vista.</p>

<b>Anticipación fonética (técnica de los verbos neutros en alemán)</b>	<b>Material:</b> la transcripción de un discurso oral en alemán <b>Procedimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Descubrir la primera oración hasta reunir suficiente información para anticipar la conclusión de la idea</li> <li>✓ Incluir nuevos matices de significado en otra breve oración</li> </ul>
	<b>Material:</b> discurso en alemán pronunciado muy lentamente con pausas en lugar de verbos al final de las frases <b>Procedimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interpretar anticipando los verbos ausentes</li> </ul>
	<b>Material:</b> discurso en alemán pronunciado muy lentamente <b>Procedimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interpretar terminando la oración antes que el orador</li> <li>✓ Enunciar una breve oración para recoger los matices añadidos posteriormente por el orador</li> </ul>

## 5. Epílogo: la comunidad de autodidactas

El desarrollo de la web 2.0 o web social se ha convertido en la plataforma ideal para albergar un sinnúmero de posibilidades formativas para intérpretes, que merece la pena conocer y aprovechar. Hay muchos recursos que merecen ser nombrados y varias contribuciones que recogen listas de ellos. Esta no pretende ser, por tanto, una lista exhaustiva. Queremos proporcionar un breve panorama de algunos de los recursos disponibles y de las comunidades más activas del momento. Los presentamos organizados en forma de decálogo de cinco puntos a continuación:

1. Escribir discursos propios para que otros practiquen es tiempo ganado.

Podemos encontrar discursos en el repositorio [Speech Repository](#) de la Comisión Europea, en [Speech Pool](#), en [Ted Talks](#), en partir de páginas institucionales (gobierno, ministerios, embajadas, etc.). Nos gustaría, desde aquí, animar a los estudiantes a que adapten o escriban sus propios discursos cuando practiquen con otros. Escribir discursos propios es tan beneficioso para quien los recibe como para quien los escribe. Se trata de un ejercicio de lo más completo para trabajar las habilidades de presentación, nos ayuda a conocer la estructura comunicativa que siguen los oradores, por lo que nos permite anticipar mejor (Gillies, 2013: 213-216) y nos ayuda a acostumbrarnos a gestionar el estrés que genera hablar en público. Hay muchos consejos y pautas que podemos seguir para crear el hábito de escribir nuestros propios discursos, entre ellos el manual de Gillies (2013: 20-25) y el repositorio de videos [SCICtrain](#) de la Comisión Europea.

2. ¡Practicar en grupo es divertido!

En caso de no tener grupo de estudiantes o colegas con quien practicar, hay varias comunidades muy activas de intérpretes en la red. El grupo [InterpretimeBank](#) en *Google+* sigue la filosofía del banco de tiempo, en el cual la moneda de cambio son minutos de prácticas. El blog [WISE interpreting workshops](#) es el escaparate de una iniciativa que consiste en la celebración de talleres formativos bianuales impartidos por y para intérpretes. Además, en su canal de *Youtube* publican algunos de los discursos empleados en sus conferencias para practicar desde casa.

Si queremos trabajar alguna técnica concreta o añadir un idioma a nuestra combinación, podemos beneficiarnos de la amplia oferta de cursos de verano ofrecidos por algunas de las escuelas de interpretación más prestigiosas. En esta publicación del blog Bootheando de Clara Guelbenzu se recogen varios de ellos.

Si nos interesa recibir consejos sobre cómo mejorar la calidad de nuestro *feedback*, podemos volver al manual de Gillies (38-50) y consultar los videos del repositorio didáctico *SCICtrain*.

3. La literatura de IS no solo se escribe en papel: blogs.

Existen muchos blogs escritos por profesionales que nos inculcan la realidad de la profesión con la que no estamos en contacto en las escuelas de interpretación. Además, muchos de ellos contienen listas de recursos y consejos que pueden ser utilísimos durante nuestra formación y poseen la ventaja de estar en continua actualización. Por mencionar algunos: The Interpreter Diaries, por la intérprete AIIC Michelle Hof, el ya mencionado Bootheando o el videoblog A Word in Your Ear de la también intérprete AIIC Lourdes de Rioja

4. El conocimiento no se limita solo al contenido de un curso de interpretación.

Además de los manuales que ya se han convertido en clásicos, existe multitud de recursos electrónicos al alcance de cualquiera, lo que supone una gran ventaja para los que ya no somos estudiantes y no tenemos acceso a los fondos de una biblioteca universitaria especializada. Invitamos a los interesados a explorar las posibilidades del compendio de recursos en Interpreter Training Resources, del proyecto ORCIT y a curiosear por la lista de enlaces de interés compilados por la Dirección General de Interpretación de la Comisión Europea.

5. Una red profesional es una red de colaboración y ayuda mutua y una potencial fuente de empleo.

Animamos efusivamente a consultar los sitios web de asociaciones profesionales (podemos informarnos preguntando a profesores o colegas más experimentados), a ampliar la red de contactos profesionales en LinkedIn, a solicitar acceso a grupos en Facebook de intérpretes de conferencias según nuestra región de trabajo, a practicar en grupo por videoconferencia y, por supuesto, a contribuir de forma valiosa al resto de la profesión. Nuestro ejemplo a partir de un trabajo de calidad es la mejor manera de hacer valer y respetar el tan desconocido como necesario trabajo del intérprete de conferencias.

## 6. Bibliografía

AIIC (29/4/2012). Working languages (Lenguas de trabajo). Publicación en el sitio web *AIIC.net*. [En línea. Última consulta: 5/1/2017]. <http://aiic.net/p/4004>

Barranco-Droege, Rafael. 2015. *Minimización de problem triggers y optimización de la calidad en interpretación simultánea: el impacto de la gestión de las pausas por el orador sobre la transmisión del sentido*. Granada: Universidad de Granada. Tesis doctorales. [En línea. Última consulta: 27/1/2017]. <http://hdl.handle.net/10481/41971>

Collados Aís, Ángela. 2010. La evaluación de la calidad en interpretación simultánea: pautas evaluadoras según usuarios. En *Biblioteca Universidad de León*. León: 67-90 [en línea. Última consulta: 23/10/2016]. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4745/Collados.pdf?sequence=1>

Dirección General de Interpretación de la Comisión Europea. «*Criterios de calificación*»: prueba de simultánea». Dirección General de Interpretación. Comisión Europea.

Gile, Daniel. 2009. *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*. Ámsterdam, Filadelfia: John Benjamins Publishing Company. [Recurso electrónico. Última consulta: 24/10/2016]

Gile, Daniel. 1999. Testing the Effort Models' tightrope hypothesis in simultaneous interpreting – A contribution. En *Hermes, Journal of Linguistics*, nº 23. [en línea. Última consulta: 26/1/2017], <http://jajits.sakura.ne.jp/Articles/Gile%8Dj%93n%82%E8%89%BC%90%E0.pdf>.

Gile, Daniel 1991 Prise de notes et attention en début d'apprentissage de l'interprétation consécutive – une expérience-démonstration de sensibilisation. En *Meta*, vol. 36, nº 2, 431-439. [en línea. Última consulta: 26/1/2017], <<http://www.erudit.org/revue/meta/1991/v36/n2-3/002898ar.pdf>>.

Gillies, Andrew. 2013. *Conference Interpreting: a student's practice book*. Londres, Reino Unido: Routledge.

Hof, Michelle (24/01/2012). Spare a thought for your interpreting teacher 2 (Piensa en tu profesor de interpretación II). Publicación en el blog *The Interpreter Diaries*. [En línea. Última consulta: 24/10/2016]. <https://theinterpreterdiaries.com/2012/01/24/spare-a-thought-for-your-interpreting-teacher-part-2-simultaneous/#more-692>

Jones, Roderick. 2002. *Conference Interpreting Explained*. Manchester, Reino Unido: St. Jerome Publishing.

Morelli, Mara. 2007. La evaluación y la autoevaluación en la formación de intérpretes. En *La evaluación en el aprendizaje y la enseñanza del español como lengua extranjera/segunda lengua. XVIII Congreso internacional de la asociación para la enseñanza del español como lengua extranjera (ASELE): 441-448* [en línea. Última consulta 23/10/2016]. [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/18/18\\_0441.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/18/18_0441.pdf)

Pérez Campos, Paula, & María-José Varela Salinas. 2016. “La necesidad de una técnica de toma de notas en interpretación consecutiva: una experiencia”. En *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* [en línea. Última consulta 24/10/2016], nº 55: 171-192. <http://dx.doi.org/10.7146/hjlc.v0i55.24613>

## Anexo I

## CRITERIOS DE CALIFICACIÓN – PRUEBA DE SIMULTÁNEA

<p>CONTENIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Es coherente/verosímil?</li> <li>• ¿Está completo?</li> <li>• ¿Es preciso?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Es coherente el mensaje? <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Tiene lógica?</li> <li>- ¿Hay incongruencias?</li> </ul> </li> <li>• ¿Se han reproducido la estructura y las ideas principales? <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Están los enlaces?</li> </ul> </li> <li>• ¿Se ha reproducido el mensaje con precisión? <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Hay inexactitudes flagrantes?</li> <li>- ¿Hay omisiones importantes?</li> <li>- ¿Faltan muchos detalles?</li> <li>- ¿Hay añadidos?</li> <li>- ¿Se ha reflejado la intención del orador?</li> </ul> </li> <li>• ¿Hay errores por conocimiento insuficiente de la lengua pasiva?</li> </ul>
<p>EXPRESIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de la expresión en la lengua de destino <ul style="list-style-type: none"> <li>- Corrección gramatical</li> <li>- Uso apropiado de las expresiones idiomáticas</li> <li>- Riqueza de vocabulario</li> <li>- Interferencia de la lengua del original</li> <li>- Buena pronunciación</li> <li>- Registro adecuado</li> </ul> </li> <li>• ¿Terminología correcta?</li> </ul>
<p>TÉCNICA DE INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA/ APTITUDES PARA LA COMUNICACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de analizar y procesar <ul style="list-style-type: none"> <li>- Paráfrasis</li> <li>- Condensación de la información</li> <li>- Exceso de literalidad</li> </ul> </li> <li>• Control de la interpretación <ul style="list-style-type: none"> <li>- Autocorrecciones</li> <li>- Frases acabadas</li> </ul> </li> <li>• Fluidez del discurso <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de la voz</li> <li>- Entonación</li> <li>- Dicción</li> <li>- Muletillas, tics</li> </ul> </li> <li>• Resistencia</li> <li>• Disciplina en el uso del micrófono</li> </ul>

## Anexo II

Thank you, thank you for those kind words of introduction and as Judith said, my name is Michelle Hof. I... are there... problems? No. My name is Michelle Hof, I am a doctor in Sociology from the University of Victoria, in Canada.

My field of research focuses on one of the topics that you're dealing with over the course of this conference. A topic very closely related to digital market\*... digital marketing, sorry. My research in Sociology looks at how marketing techniques have changed over the years and how new forms of marketing such as growth hacking and other forms of digital marketing are affecting the world's consumption patterns.

Now, that might sound a little bit technical, but don't worry! My talk today is not going to be a very, very technical talk. It's not gonna be filled with figures or charts or graphs showing consumption trends and how they've changed over the past decades. I tend to save those very technical talks, with all of the statistics, all of the results of my [ruido residual] quantitative research for other events. Such as for instance, the one that you see up on the screen: The World Hackers Conference, which took place just a couple of months ago, in San Francisco.

Muchas gracias a todos. Gracias por la presentación. Como ha dicho Judith, mi nombre es Michelle Hof. ¿Todo bien? Bien. Soy Michelle Hof. Soy doctora en Sociología por la Universidad de Victoria, en Canadá.

Y el... mi tema de investigación está relacionado con uno que tratan en estas conferencias. Y es el de *marketing*, mercadotecnia. Hay diferentes formas de marketing como «el growth hacking», estrategia de posicionamiento y muchas otras.

Puede que suene un poco técnico, pero mi charla no va a ser excesivamente técnica hoy. No se preocupen, no va a haber gráficas con tendencias, con números... Más bien estas charlas más técnicas con las estadísticas con los resultados y con el... la investigación cuantitativa, me las reservo para otro tipo de conferencias. Por ejemplo, para las conferencias como la de Growth Hackers [entonación ascendente].

I gave a very technical talk there, really looking at the very... the nitty gritty of how consumption patterns have been changing thanks to growth hacking. But I'm not going to do that today. Instead, since I know that this a group of laymen above all, a group of people interested in knowing more about digital marketing at a more general level, I thought I would just give you a brief adduction\*, a brief introduction to the context of the concept of growth hacking and look very briefly at a few of the techniques that it uses and I'll also be giving you some examples from real life. Some examples that maybe you may be familiar with already. [Ruido residual] companies and techniques that are being used, but which you may not even realise are growth hacking techniques. So, let's get started.

Growth hacking. [Ininteligible] Let's look at the term itself for a moment. I mean, *growth*, you know, green growing things, life, it has good connotations. It's a good thing.

*Hacking*. Well... that really has bad connotations. You know, hackers are evil and bad and they break into places where they don't belong and such.

So, what do you get when you combine the two? I mean, really for me it calls on images of a Frankenstein's monster plant or something. Well, in a moment we'll be seeing exactly what you get when you combine *growth*, good, with *hacking* – curtain call – bad.

The term itself, *growth hacking*, was coined back in 2010 by a blogger in Silicon Valley. I'm not entirely sure what was going on in that blogger's head back then when he coined the term, but I think his idea really was to imply that when you're growth-hacking what you're doing is you're achieving growth for your company by using shortcuts.

En aquella ocasión sí que di una charla muy técnica. Pero, no es lo que voy a hacer hoy. Sé que son personas interesadas que quieren saber algo más sobre el marketing, pero son legas. Me gustaría hacer una breve introducción al concepto de la estrategia de posicionamiento o *growth hacking*. También les voy a dar algunos ejemplos de la vida real, puede que ya estén familiarizados con estas técnicas, por algunas empresas. Pero quizás no se hayan dado cuenta que\* este tipo de técnicas son, en realidad, estrategias de posicionamiento.

Bien, en primer lugar, el término *growth hacking*. Miremos a este término del inglés\*. Cuando pensamos en «*growth*» pensamos en crecimiento, algo verde, que crece, floreciente.

Pero luego miramos a\* «*hacking*». Y eso normalmente, para nosotros, los *hackers*... Tiene una connotación más bien negativa. Intentar romper una página web, acceder a datos clasificados.

Para mí esta palabra despierta una imagen de un Frankenstein verde, o algo así. Así que, ¿cómo es posible que se haga esta combinación entre crecimiento, bueno, y *hacking*, malo [buen uso de la entonación]?

El término se acuñó en 2010. Lo hizo un bloguero en Silicon Valley. No sé exactamente lo que este hombre tenía en la cabeza, pero creo que su idea, en realidad, fue la siguiente: cuando emplea estrategias de posicionamiento está intentando obtener crecimiento para su empresa, pero a través de atajos.



Growth hacking is a marketing techniques\*, primarily a digital marketing technique that uses creative advertising campaigns, it uses [ruido residual] social media, it uses a lot of analytics and what's known as organic PR in order to increase a brands exposure. In order to make more people aware of the existence of the brand and convince them to use it.

Se trata de una estraga de marketing. Una estrategia que usa analíticas, redes sociales, y crecimiento orgánico para intentar convencer a más usuarios a\* ser su cliente.

Growth hacking has become very popular as of late because firstly, it's innovative, it's new and because it's usually much cheaper than traditional marketing techniques.

Este tipo de técnica de posicionamiento o *growth hacking* es muy nuevo y es mucho más barata\* que las técnicas tradicionales.

And this is especially interesting for start-ups. You know, young, new companies who probably don't have a big budget for advertising and can't really afford large-scale marketing techniques campaigns\*. For them GH really is a shortcut to the brand's success that they're looking for.

Es especialmente interesantes\* para las *start-ups*. Para aquellas empresas que están empezando y que no tienen mucho presupuesto para la publicidad, no pueden permitirse\* grandes campañas publicitarias. Es por ello que «el *growth hacking*» puede suponer la oportunidad que están buscando.

But let's just talk briefly again about this idea of hacking and how hacking really is supposed to be a bad thing.

Volvamos un momento a la idea del hacking, de los *hackers*, que se supone que es algo negativo.

Your typical image of a hacker is someone who's out to harm a company, or someone who's out to harm the government. Basically, someone who's out to do harm.

La típica imagen que nos hacemos de un *hacker* es la de alguien q trabaja para una empresa o para un gobierno. Alguien que quiere hacer daño.

You can think of several different examples of late major stories about hackers.

Hay muchas historias sobre *hackers*.

Just last year around Christmas time, you'll recall that the major multimedia company Sony was hacked and had a hundred million accounts compromised and had dozens of movies stolen from their internal servers and then published illegally on pirated versions on the internet.

El año pasado, en Navidad, la empresa de multimedia Sony fue jaqueada y 100 millones de cuentas se vieron afectadas. Se robaron películas de sus cuentas, y se subieron al\* internet.

Now, that's an example of a hack, which had negative consequences for the company, of course.

Esto es un claro ejemplo de una web que ha sido jaqueada.

And basically, hackers achieve their aims by knowing a system inside-out. By understanding how systems work from the inside, allowing them to break those rules. To find a trick to get them through those rules and get their way.

Los *hackers* consiguieron sus objetivos gracias a que conocen el sistema desde dentro, por tanto, saben cómo romper las reglas, cómo encontrar las excepciones para poder cumplir sus objetivos.

Growth hacking also capitalises on internet knowledge of how a system works. And it works on finding tricks in order to break those rules, [ininteligible] those rules and then people get their way as well.

El *growth hacker* conoce con exactitud, cómo conoce el sistema\*. Siempre es capaz de encontrar vías, de encontrar atajos para intentar romper las páginas [voz dubitativa].

But in this case, the aim is not to break into a multinational company, to break into the pentagon servers, but rather, to create awareness of a company's brand.

No tienen que intentar atacar el sistema del pentágono, necesariamente. Simplemente pueden dirigirse a una determinada empresa.

Now what you see upon the screen now is an example of how people used to create brand awareness in the past. Old forms of advertising: billboards, newspaper ads, maybe flyers, that people stocked in mailboxes. They're still out there, yeah? We still have billboards, you see them, here for instance. We still have flyers. We still have newspaper and radio and TV ads.

Ahora mismo en la pantalla están viendo cómo se hacía publicidad antiguamente. También estaban los anuncios en el periódico, también los folletos, que se echaban en los buzones. Aún se usan esos tipos de publicidad. Aún se usan los folletos, aún se publicita por radio, por televisión y por el periódico.

But they sure feel very dusty and stale these days. They feel so old-fashioned somehow. They feel like, honestly, does anybody read these things anymore? Does anybody actually buy a brand of sneakers because they saw a glossy ad in a magazine somewhere? I don't know.

Sin embargo, ahora mismo, parece muy pasado de moda. ¿Hay alguien que compre una marca de zapatos deportivos porque aparecen en una revista? [tono refleja intención oradora]. No lo sé, tengo mis dudas.

But again, these are the old forms of advertising. This, although it still exists, it's no longer the most effective way of getting awareness of a brand. This brings us to the new forms of advertising: growth hacking.

Hay ahora muchas nuevas formas de publicidad. Aunque aún existen estos medios tradicionales, desde luego no son la mejor forma de atraer la atención de los clientes potenciales. Así llegamos a nuevas formas de publicidad como el *growth hacking*.

Now, what does a growth hacker do? What sort of advertising tricks do they actually do in order to get their message out there?

¿Qué es lo que hace un *hacker* que emplea estas estrategias de posicionamiento? ¿Cómo hacen para conseguir que su mensaje traspase?

And let me just say here oops – I forgot to switch my slide – let me just say here, what you see on the slide is a name tag implying that GH is an official job and yes, it's actually an official job! That... you could be hired to work as a growth hacker for a company and you can put it on your CV that you were a growth hacker for 2 years by this particular start-up. So, it is actually a formal position and a real-life job that people can have.

Aquí, en esta diapositiva, pueden ver una etiqueta. Y de hecho, puedo decirles que puede dedicarse como empleo reconocido a ser *hacker* de estrategias de posicionamiento para ayudar a una determinada *start-up*. Es de hecho, el de... el de... *hacker*, *growth hacker*, es un verdadero trabajo.

And in many ways, it's just a new and different form of marketing. What's marketing? Marketing is a way to get people to use a product or a service. It's a way to get people to buy those cigarettes, or to dress in those jeans or those shoes or to play that video game.

¿Qué es exactamente el *marketing*? Pues una forma de conseguir clientes potenciales para usar un producto o un servicio. Para comprar cigarros. Para comprar unos vaqueros, o unas zapatillas deportivas o para que jueguen a un videojuego.

Now where a growth hacker differs from another traditional marketer is that a growth hacker will focus on non-traditional methods and this is really where we get to the core of my presentation: looking at these different traditional methods. Now, there's a lot of different methods that can be used but – sorry, looking at those non-traditional methods – but there's a lot that can be used and we've only got a few minutes, 15, 20. I'll focus on 3.

¿Qué es lo que diferencia a un agente de *marketing* normal de un *growth hacker*? Pues que no va a utilizar las estrategias tradicionales. Hay muchos métodos posibles, pero vamos a centrar nuestra atención en los no tradicionales [anticipa correctamente la autocorrección de a oradora]. De hecho, centraré mi presentación en tres de ellos:

And those are the ones you see here: 3 hacker tactics, as I call them. They're very popular and very effective.

Tres estrategias o técnicas de *marketing* que usan los hackers.

The first, has to do with organic growth, ways to promote organic growth and I'll explain to you in a moment what that is.

La primera está relacionada con el crecimiento orgánico.

The second, has to do with using what is known as *freemium* options and offers, in order to encourage the people to use a product, to sign up to and use a product.

La segunda consiste en ofrecer servicios de *freemium* [pronunciación anglosajona]. Es decir, les ofrece algunos servicios gratis para animar a los clientes a que usen sus productos.

And the third, has to do with gamification and again, we'll be looking at this in a moment 'cause it's very, very interesting stuff.

Y, por último, está la ludificación, algo que miraremos a continuación.

Let's start by looking at organic growth. Now, organic, again it's a very green term. It's very friendly, it's very good. It calls on images, of you know, farmers planting the fields, and sowing and harvesting in a very traditional way. Its organic, its good, it's positive. But when you talk about organic growth in the digital world it has nothing to do with plants, believe or not.

Bien, empezamos por el principio, el crecimiento orgánico. Pues es un término verdes\*, causa una cierta simpatía, pensamos en los agricultores, cultivando un campo, pensamos en la agricultura tradicional... Es ecológico, es bueno, es positivo. Pero en el mundo empresarial no tiene nada que ver con las plantas.

Basically, what it means is that the growth of a brand has not been bought in an artificial means but rather has occurred in natural forms. And what you see here on the screen is what could be possibly the most organic form of growth. And that is word of mouth.

“I use this shampoo because my best friend told me that it works for her”. No? “Sign up to [ruido residual] this video streaming service because I saw on Facebook that a lot of people use it and they think it’s good”. It’s word of mouth [Entonación ascendente]. It’s the spreading of news through organic, natural means that leads to a brand’s growth.

And let me just give you a few examples of some success stories of brands that were able to use this form of organic growth very, very effectively.

One example – actually, it may sound like a bit of a dinosaur of the digital world now – but one of the very first examples of a success story for organic growth was Hotmail, believe or not.

How did Hotmail get people to sign up to its web based emails\* [ruido residual] service? Well, basically all they did is, [they] added an automatic footer to every email that was sent by its members saying “get your own Hotmail account here” with a click\* [ruido residual] with a link, that could be clicked on.

And so, the first Hotmail users who were sending emails were automatically advertising Hotmail services to their friends. Every time they sent an email they were basically sending out a word of mouth recommendation to all of their friends to sign up for Hotmail too.

And Hotmail made it easy for people to sign up by including a link right in the email.

Again, it sounds very, very simple but believe it or not these sorts of organic approaches to increasing brand awareness can be really, really effective.

Significa que el crecimiento de una marca sucede de manera natural. [...] Lo que aparece en la pantalla es una de las formas más sencillas de crecimiento orgánico, que es el boca a boca.

«Pues uso este champú porque huele estupendamente». «He decidido comprarme este móvil porque he visto que muchos lo usan en Facebook y es muy bueno» [tono demasiado serio]. De este modo, el crecimiento orgánico intenta una serie de estrategias orgánicas para conseguir el crecimiento de una marca.

Les voy a dar algunos ejemplos de cómo poner en marcha el crecimiento orgánico de manera muy efectiva

Primer ejemplo. Puede que suene ahora muy anticuado. Por ejemplo, el Hotmail\*.

Hay servicios de Hotmail en los que todos alguna vez nos abrimos una cuenta. Normalmente nos invitaban a abrírnos una cuenta en Hotmail gracias a pinchar en un determinado link que nos enviaban.

Así que, cuando nos enviaban un mensaje había recomendaciones e invitaciones para nuestros amigos para abrirse una cuenta.

Puede que parezca una técnica muy sencilla, demasiado, pero se trata de un enfoque orgánico para popularizar una marca.

Again, Dropbox is another perfect example. Hay otro ejemplo. Dropbox, que funciona también por invitación. Si se abre una cuenta en Dropbox, en seguida querrán invitar a otros usuarios porque eso a usted le da 500 Mb extra de espacio gratuito. Dropbox uses a referral programme that rewards users who manage to sign up other users. So, if you have a Dropbox account and you manage to convince a friend to sign up a Dropbox account through you, you get an extra 500 Mb of storage for free.

Wow great! Instant word of mouth and snowball effect on the number of Dropbox users. Así que esto va a seguir aumentando el número de usuarios de Dropbox.

When Dropbox first set up this [ruido residual] recommendation system, it went from having a hundred thousand customers to having 4 million users in just the first year. Cuando Dropbox introdujo ese sistema de recomendación, pasó de tener cien mil usuarios a cuatro millones rápidamente.

. Now, I can go on with examples of how organic growth is hacked, if you like, in such ways by creating instant links or creating [ruido residual] recommendations or rewards through recommendations. Entonces, este es el método del crecimiento orgánico, funciona por recomendación y por invitación.

Spotify I think is a really good example as well because Spotify is present on Facebook where, whenever somebody listens to a song on Spotify, it appears on their Facebook account, which means, again, a recommendation to their friend network that this is something that they use and this is something that they like. Otro ejemplo es el de Spotify, cuando escuchamos música, aparece en nuestra cuenta de Facebook e inmediatamente, nuestros contactos pueden ver «ah, pues eso es lo que le gusta», y así se produce otra vez la estrategia del crecimiento orgánico por recomendación.

Again, it's a way of hacking people's natural word of mouth tendencies in order to increase a brand's awareness\* [ruido residual] brand awareness. Usamos las tendencias naturales de las personas para crear una mayor atención hacia nuestra marca.

Looking at the second main technique that I wanted to talk about. [Ruido residual] it's... it's known these days as "freemium". Bien, ahora pasamos a la segunda técnica o estrategia de posicionamiento. Lo que les he denominado antes como *freemium*. Se trata de una mezcla de dos términos: «*free*», de gratis, en inglés, y «*premium*», que ya saben lo que es. You might think "freemium", what a strange word. Well, that's basically a new term that's been coined that blends the two terms free and premium.

Now, so you've got free access to a website or service and then you have the premium version of a website or a service which you have to pay for. So, the freemium business model will basically give customers access to a few basic features for free. The idea is to get people to sign up to get them hooked on the service and to get them used to working say with a website or with a service. But, all of the fun stuff, all of the really good stuff, all of the extra storage space, all of the bells and whistles, are hidden behind a paywall. Which means that if you really want to make the most out of this service or this website you have to put down some money and get the premium version.

Now, this freemium business model is actually everywhere you look these days. Dropbox, Spotify, which I have already mentioned, they also use freemium models. But they're even in the world of journalism.

Even such respected, long-standing traditional media services as the New York Times also uses a freemium business model. They let everybody access ten articles for free on their website each month.

Then, once you're hooked and you realise what quality journalism The New York Times offers, you try to click on the 11th article and then the paywall goes up and it says "if you would like to keep reading The New York Times, you will have to pay this fee".

Lots of video games also use freemium approaches, where you can play the game up to a certain point for free but if you really wanna have fun with the game you're gonna have to start paying for the more advanced [ruido residual] the more advanced version.

Candy Crush Saga, for instance, is a perfect example. I play on the free version, my kids play on the free version and we refused to buy the extra ads, that they're constantly offering us and we never made it past level twenty-two.

Así que, pueden empezar usando los servicios gratuitos y luego tendrán acceso a una cuenta *premium*, si quieren, pero tendrán que pagar por estos otros servicios. De este modo tienen acceso a una serie de funcionalidades de manera gratuita. De este modo se acostumbran al entorno del proveedor, pero en realidad todos los servicios que lo hacen especial, que lo hacen destacar, todo lo que tienen de novedoso, tienen que pagar por ello. De este modo, si quieren aprovechar al máximo los servicios y las funcionalidades de este servicio tienen que pagar.

El modelo de negocios freemium está muy extendido hoy en día: Dropbox, Spotify... usan este modelo. Pero también en el periodismo.

A pesar de la tradición tan extendida, tan respetada de medios como el NYT, el NYT también usa estrategias de *freemium*. Es posible leer 10 artículos de manera gratuita en su página web.

Después, más tarde, si descubren que quisieran leer más artículos intentan hacer clic en el número once y entonces aparece una página de pago, una página de conversión. Y les dice: «¿quiere seguir leyendo el NYT? Tiene que abonarse».

Por tanto, hay muchos medios que usan también la estrategia del freemium, también con los juegos: están jugando a una demo, les gusta el juego y resulta que quieren jugar los niveles más avanzados.

Por ejemplo, Candy Crush Saga. Yo jugaba la versión gratuita, mis hijos también y siempre nos hemos opuesto a comprar la versión de pago, porque nunca hemos pasado del nivel veintidós.

A neighbour of mine made it to level three hundred and in the space of two days and I was wondering, “how did you do that?” and she said “I just had to buy this tool and that tool and there I was, at level three hundred!”. And I thought “aha. OK”. Yeah? Freemium.

Y entonces, me di cuenta que si pagabas llegabas al nivel trescientos y pensé: «ah, freemium» [entonación expresiva/pronunciación anglosajona].

You can have fun with it up to a certain point for free, but if you really wanna get to the highest levels you have to shell out some money.

Si quieren acceder a los verdaderos servicios de calidad, tienen que poner dinero.

And Candy Crush is also using organic growth word of mouth, right? Because you can also post your scores on Facebook.

¿Por qué se trata de una estrategia de crecimiento orgánico también? Porque sus resultados se publican en Facebook.

Anyway, so let’s go to the third point, ‘cause I’ve been going on for sixteen minutes, I only got four left and this really is the funniest one: gamification.

Vale, tengo poco tiempo y voy a pasar al tercer punto: la ludificación.

What is gamification? Well, gamification really is another one of these growth hacking techniques that has really permeated our everyday lives. It’s everywhere these days.

¿Qué es la ludificación? Es una de esas estrategias de crecimiento orgánico que ha triunfado, que está por todas partes hoy en día.

Basically, gamification is a way [ruido residual] is the process of using these elements of game design even in parts of your life which may not immediately be seen as a game.

¿En qué consiste? Es el proceso de usar los elementos lúdicos de los juegos para otros propósitos.

In other words, it uses a system of rewards for achieving certain levels of progression through different levels of difficulty, of prizes and points for certain behaviours. It uses all every different tactic in order to draw people in to a brand and encourage the further use of it.

Es decir, que incorporan un sistema de recompensas, un sistema de progresión a partir de diferentes niveles de dificultad... en su página web. Por ejemplo, incorpora premios por tener un determinado comportamiento. Esto son estrategias para atraer a los clientes potenciales hacia su marca.

Now, why does gamification work so well? Well, because humans like to play games, it's in our nature to want to play a game. We like to compete, we like to achieve things, we like to enjoy the reward that comes with a job well done. We like to brag about winning things and we also like to work together collaboratively with other people in order to achieve goals as well. And all this game instinct that we humans have, if you like, can be used in order to encourage people to use products and services and to increase loyalty to a brand.

¿Por qué funciona tan bien la ludificación? Porque todos jugamos, porque a los seres humanos nos gusta jugar y está en nuestra naturaleza. Somos competidores natos, nos gusta alcanzar metas, nos gusta obtener recompensas y premios, nos gusta la sensación de haber hecho algo bien. Nos gusta presumir cuando conseguimos algo y nos gusta trabajar en equipo. Todos estos instintos del juego que tiene el humano de manera natural puede que le animen a hacerse cliente de un determinado producto o a tener una relación de fidelidad con una marca.

Now, there's lots of different examples that I can give here about how gamification is used for everything from education to [ruido residual]to... to banking to what have you. But my favourite example is something that is very close to our hearts and that is language learning.

Le puedo dar diversos ejemplos de los usos de la ludificación, desde la educación a otros ámbitos como los bancos. Pero, un ejemplo que me gusta particularmente y a ustedes seguro también es el del aprendizaje de lenguas.

I'm going to tell you a moment about [ruido residual] a game, a language learning game called Duolingo. Yeah? Some of you are nodding because you've surely used Duolingo, which is a web-based language learning app in order to help polish your language skills.

Ahora les voy a hablar de Duolingo. Muchos de ustedes asienten, porque son usuarios de Duolingo. Se trata de una *app* para el aprendizaje de lenguas.

And what Duolingo does is that, in the form of a game, it teaches you languages. And it rewards you for when you've achieved, for instance, the right translation and allows you to progress to increasingly difficult levels.

¿Qué es lo que hace Duolingo exactamente? Pues les enseña a hablar una lengua en forma de juego. Cuando consigue introducir la traducción correcta, pasa a un nivel de mayor dificultad.

It also allows you to share your results so you can brag little bit to your friends about what level you're at and all of these things.

También le da recompensas y puede compartir sus resultados con sus amigos.

So Duolingo really is a perfect example of how gamification can make something more fun and can bring people and draw them in and get them really involved in the learning process.

Duolingo es el ejemplo perfecto de como la ludificación puede hacer más divertida una tarea que, aparentemente, no tendría por qué serlo y atraer a un mayor público... engancharlo al proceso de aprendizaje.



But let me just conclude here, I've seen I'm just reaching my twenty-minute limit, let me conclude by telling you what the dark side of Duolingo is and this is something that you may not be familiar with, even those of you who play Duolingo on a regular basis.

Duolingo was created by a man named Louis von Ahm. The name now may ring a bell to you, he's the person who created captchas, which are the little codes that you have to type in in order to prove to the internet that you're not a machine or a bot [entonación ascendente]. Yeah? So, you have to type in and it says "please" and it gives you a bunch of squiggly letters and you have to type those squiggly letters into a box and only then can you continue, say with the purchase or something else, on the internet.

Well, so Louis von Ahm, the creator of captchas also created Duolingo and I'm gonna tell you what you're doing every time you type a translation into Duolingo and advance to the next level.

What you are doing is you are creating free translations for websites and this is not a conspiracy theory, this is actually true, that the Duolingo translations that its users produce as part of the game are actually translations that are then part of articles of websites that are then posted as the official translations of these sites.

So, say, for instance, BuzzFeed gets all of its material, all of its articles translated by Duolingo users for free.

So, I'm just putting that out there into the room, 'cause there might possibly be some translators in the room, who might be a little bit upset about such things as crowd sourcing translations, but just be aware that when you're playing Duolingo you're actually participating in crowd sourcing translations being offered for free and of course our friend Louis von Ahm is making money out of that, cause that's the service that he sells to BuzzFeed and to others. Okay?

Bien, vamos concluyendo ya. Les voy a hablar de la cara oscura de Duolingo, quizá no se hayan dado cuenta, incluso si son usuarios.

Su creador fue el mismo que creó Captchas. (Estos códigos que tienen que introducir para mostrar al sistema informático que no son un robot.) Le da un código con letras en formas bailantes, extrañas. En una cajita tienen que escribir lo que están viendo.

Pues el creador de este sistema también fue el creador de Duolingo. Así que les diré lo que hacen cada vez que escriben una traducción en Duolingo.

Están contribuyendo a crear traducciones de manera gratuita para las páginas web. Las traducciones de Duolingo, las que ustedes producen como parte de un juego, contribuyen a traducir artículos en páginas que, de hecho, se publican.

Así que paginas como BuzzFeed, consiguen traducciones gratuitas gracias a los usuarios de Duolingo.

Pues quería destapar esta información, porque puede que ahora algunos de ustedes estén un poco decepcionado\* por haber contribuido de manera... sí, sin saberlo, a este tipo de traducción. Y están trabajando gratuitamente para servidores como BuzzFeed.

And if you don't believe me, look it up, I'll send you the links, it's true.

Si no me creen, compruébenlo por ustedes mismos, ya lo verán.

Okay, so growth hacking. Ladies and gentlemen, I believe we've reached the end of our presentation. I hope that over the course of the past twenty minutes you've learnt a little bit more about what growth hacking is, what growth hackers do, how growth hacking is part of your life even though you didn't know it!

Bueno, pues esto es lo que les tenía que contar sobre el *growth hacking*, Espero que hayan podido aprender algo más sobre estas estrategias de posicionamiento. Sobre lo que hacen sus *hackers* y que hayan por fin [ruido residual] se hayan dado cuenta de que el *growth hacking* es..., forma parte de sus vidas.

And with that I'll say thank you very much and I look forward to hearing the rest of today's talks on digital marketing. Thank you.

Así que les doy la palabra a la oradora de nuevo para que podamos seguir con esta sesión de marketing digital. Gracias.