

La interpretación en el mundo de los negocios: la puesta en marcha de técnicas de interpretación para las visitas a las bodegas andaluzas

Aurora Ruiz Mezcua
Universidad de Córdoba
aurora.ruiz@uco.es

Fecha de recepción: 20.07.2018
Fecha de aceptación: 30.09.2018

Resumen: En el presente trabajo se pretende hacer una breve introducción a la interpretación de enlace, el modo de interpretación más empleado en contextos de negocios. Para ello, proponemos un ejercicio de interpretación en el sector vitivinícola, un campo poco estudiado en relación con la interpretación y que aporta grandes beneficios para la industria en España. Tras comprobar la escasez de recursos que existen al respecto a nivel formativo, proponemos la elaboración de una unidad didáctica para las aulas universitarias, que podría extrapolarse a los estudios de postgrado, planes propios o incluso al aprendizaje autónomo. Los ejercicios que la componen forman parte de un proyecto de investigación para la enseñanza de la interpretación en el sector agroalimentario.

Palabras clave: interpretación bilateral, interpretación de negocios, agroalimentación, negociación, intérprete, formación.

Interpretation for business: developing interpretation techniques for visiting Andalusian wine cellars

Abstract: The present contribution aims at giving a brief introduction to liaison interpreting, which is the most used modality within the field of businesses. With this purpose in mind, we suggest an interpretation exercise that takes place in wine-sector, still a relatively unexplored field in relation to interpretation and, at the same time, offering considerable benefits to the Spanish Industry. In the lights of the checks carried out and the scarcity of training resources, we propose the creation of a didactic unit for university lessons, that would be also suitable for postgraduate students, university courses or even self-learning. The activities that compose it belong to a research project for teaching interpretation in the agro-food field.

Key words: liaison interpreting, business interpreting, agro-food, negotiation, interpreter, training.

Sumario: 1. Introducción: la interpretación en contextos de negocios y comerciales. 2. La agroalimentación en la interpretación de lenguas. 3. Propuesta para la interpretación en el sector agroalimentario: un caso práctico para la enseñanza en las aulas universitarias. 3.1. Objetivos y metodología. 3.2. El corpus. 3.3. Contenidos teóricos y prácticos. 3.4. Evaluación. Conclusiones.

1. Introducción: la interpretación en contextos de negocios y comerciales

El mundo de los negocios se ha desarrollado considerablemente en las últimas décadas y ha cobrado una importancia especial. Por todas partes podemos observar vallas publicitarias, escuchar eslóganes pegadizos, encontrar anuncios por Internet, ver empresas internacionales que se implantan en todo tipo de países, leer artículos que tratan sobre las distintas crisis económicas, la globalización, la especulación, las subidas y bajadas de los mercados financieros, la necesidad de ser emprendedor o de conocer idiomas para triunfar en el sector de los negocios... y en esta vorágine de información, podemos apreciar la gran competitividad que subyace a todos los mensajes:

Mucho se ha escrito sobre las similitudes entre el campo de batalla y el mundo de los negocios - de allí que palabras como "ataque", "emboscada", "tierra de nadie" o "guerrilla" sean de uso común en el mundo corporativo. Históricamente, los ejércitos exitosos y las empresas exitosas han tenido mucho en común: cuidadosa preparación, velocidad, uso de los recursos donde generen mayor impacto, movilidad, flexibilidad, y firmeza (Mc Neilly, M. 2000: 1).

Lo cierto es que las transacciones comerciales se han realizado desde tiempos inmemoriales, pero la forma actual de hacerlas entraña una gran complejidad: estrategias de marketing, estudios de mercado, diseño de logotipos, colores, estudio del lenguaje empleado, publicidad, etc. Es evidente que para desarrollar una estrategia correcta los agentes necesitan contar con un equipo de trabajadores y entre ellos, al menos, con una persona que conozca el lenguaje adecuado con el que acercarse al cliente, que entienda su cultura y sus necesidades y que se comunique correctamente con él a todos los niveles. Cuando queremos expandir nuestras fronteras, necesitamos que ese profesional sea capaz de facilitar la comunicación inter-lingüe, de conocer las diferencias culturales, de modificar el lenguaje de acuerdo con los registros, situaciones y esquemas mentales prestablecidos y de reunirse con clientes potenciales para conseguir acuerdos con tacto y diplomacia. Por eso, generalmente, necesitamos los servicios de un intérprete.

En su definición más básica, el Diccionario de la Real Academia Española (22ª edición) explica el término como “la acción y efecto de interpretar”, e *interpretar* como “traducir de una lengua a otra, sobre todo cuando se hace oralmente”. Al estudiar otras definiciones más precisas, podemos entender la interpretación como:

La transmisión de mensajes orales entre dos lenguas (...) transfiriendo todos los componentes para que dos personas que no comparten una misma lengua puedan interactuar sin que el idioma sea una barrera (García Beyaert y Serrano Pons, 2009: 56).

Uno de los rasgos más importantes de esta definición es sin duda esa transferencia de todos los componentes para que el idioma no sea una barrera, pues lo esencial de la interpretación es la traducción del sentido del enunciado, ya que consiste en un proceso en el cual prima la correcta reformulación del mensaje. Por ello, podemos completar la anterior definición para nuestro objeto de estudio con una de Marianne Lederer, una de las principales investigadoras de la Escuela de la *Teoría del Sentido* de París:

Il s'agit toujours d'une opération de compréhension et de restitution de ce que l'on dit par le moyen de la langue et non d'une opération de transcodage de ce que dit la langue en soi... " (Lederer, M: 1981:11).

Existen diversas formas de clasificar la interpretación atendiendo a distintos puntos de vista. Todas las ontologías pueden ser válidas, pues cada una atiende a un criterio concreto: el contexto en que se da la interpretación, el número de participantes o el canal por el que se realiza, por poner algunos ejemplos. Las modalidades de interpretación más frecuentes podrían catalogarse bajo los criterios de la técnica y el canal empleados. Así, la clasificación más común atiende a elementos como el tiempo en que se realiza la interpretación: si se realiza “a la vez” (con un *desfase* adecuado) que la intervención del orador la llamamos *simultánea*, por el contrario, si transcurren unos minutos entre la intervención del orador y la del intérprete, nos referimos a ella como interpretación *consecutiva*; no obstante, si esta se intercala con la intervención del orador, la calificamos como *bilateral* o de *enlace*. Por otro lado, también podemos realizar clasificaciones según la reformulación del discurso, si el intérprete se vale de la toma de notas o no, si los mensajes tanto del orador como del intérprete se transmiten mediante el micrófono o no, o y si los oyentes llevan auriculares o no los necesitan (León, M. 2000: 226).

En cualquier caso, la interpretación bilateral es la interpretación por excelencia del ámbito comercial, pues es la más empleada en negociaciones y reuniones de pocas personas, en las que no es necesario

hacer intervenciones largas. Se trata de una mediación lingüística oral que se caracteriza por desarrollarse fundamentalmente en un contexto dialógico en el que están implicados dos interlocutores o dos grupos de interlocutores que se diferencian en términos de lengua y cultura. Por tanto al mediador, es decir, al intérprete, le compete la tarea de facilitar la comunicación entre estas personas o grupos de personas, con miras a alcanzar determinados objetivos. Suele realizarse en parlamentos cortos, de modo que el intérprete no necesita tomar notas, no se dirige a muchas personas y además puede integrarse bien en el grupo, lo que le permite, en ocasiones, realizar una interpretación hasta cierto punto informal, con la libertad de hacer consultas aclaratorias sobre la marcha.

La interpretación bilateral puede desarrollarse en distintos ámbitos y contextos: encuentros empresariales, certámenes feriales, visitas turísticas, encuentros entre delegaciones extranjeras, en centros para inmigrantes, estructuras sanitarias, ante tribunales, etc., y la lista podría continuar. Dada la heterogeneidad de circunstancias y eventos que podrían necesitar de un servicio de interpretación bilateral, cabe destacar que entran en juego numerosos factores a la hora de llevar a cabo una tarea de traducción oral y se le exigen al intérprete elevadas competencias profesionales, así como un alto grado de especialización según las temáticas abordadas. No es nada fácil encontrar publicaciones sobre la interpretación bilateral y, además, estudiosos y especialistas de la materia aún están lejos de ponerse de acuerdo en lo que a principios metodológicos y denominaciones sobre esta materia se refiere. A este respecto, resultan esclarecedoras las palabras de Ángela Collados Aís y María Manuela Sánchez (2001: 47-48): “Las opiniones divergen en cuanto a la caracterización de la Interpretación bilateral. La proliferación de denominaciones añade más confusión a una de las técnicas de mediación oral menos estudiadas hasta fechas muy recientes”.

Quizás la mayor dificultad técnica de la interpretación bilateral consiste en adaptarse a la vez a la idiosincrasia, los protocolos, la actitud y la intención de los interlocutores, pues a veces el intérprete incluso tiene que intervenir personalmente como parte neutral de la comunicación. En este tipo de interpretación podemos trabajar de forma “fija” o “móvil”. Es decir, “fija” si el intérprete está sentado en una mesa como en un consejo de administración, una negociación, el mostrador de un salón o feria e incluso una cena. La interpretación de enlace “móvil” consiste en interpretar acompañando al cliente durante una visita oficial, o a un inspector a un establecimiento o fábrica, o a un grupo de compradores a unas bodegas, por ejemplo.

2. La agroalimentación en la interpretación de lenguas

Los estudios de Traducción y también de Interpretación están en auge y existen numerosos monográficos y artículos sobre la calidad, las nuevas tecnologías, didáctica, etc. En el caso de la interpretación, podemos encontrar sobre todo estudios de tipo empírico (en los que se analizan los modos, técnicas, etc.), otros de carácter teórico en los que se analiza algún aspecto concreto del proceso interpretativo (como la entonación, el humor, etc.) junto con algunos libros/CDs de actividades concretas y escasas webs (blogs formales y espacios web en sí) para la formación de intérpretes nóveles; pero no existe ningún recurso especializado para la enseñanza de la interpretación en el sector agroalimentario como tal.

Por su parte, los estudios sobre agroalimentación y traducción son escasos, teniendo en cuenta los beneficios que ofrece este sector en la Península Ibérica. En la esfera internacional, España es un país con una gran cantidad de producción científica y experiencia en el sector de la agroalimentación, lo que lo convierte en un país exportador de conocimiento y creador de demanda de traducciones/interpretaciones a otras lenguas:

En el contexto internacional, España es el cuarto país con más producción y citas en agroalimentación y ocupa el puesto catorce de los 20 países más citados del mundo en citas por documento. Estados Unidos, Inglaterra y Francia encabezan el ranking (Chinchilla Rodríguez, Z. y Olmeda Gómez, C. 2010:11).

Sin embargo, cuando hacemos búsquedas de materiales sobre agroalimentación aplicados a la interpretación, no encontramos apenas resultados específicos. Esto se debe a que en la actualidad existen pocos recursos, en general, para la formación de intérpretes de conferencias/sociales en temas especializados. Podemos encontrar páginas web de las que el usuario puede descargar o visualizar discursos, conferencias reales, charlas o podcasts (por ejemplo: *Youtube*, *BBC*, *Instituto Cervantes*, *Alliance Française*, etc.) sin adecuación previa para la enseñanza de la interpretación (vídeos generales sobre política, deportes, economía o humor, o vídeos específicos para la enseñanza de lenguas: saludos, gramática, pronunciación, etc.).

3. Propuesta para la interpretación en el sector agroalimentario: un caso práctico para la enseñanza en las aulas universitarias

Tras conocer los principales modos para interpretación en el mundo de los negocios, y más concretamente en el sector de la agroalimentación, y comprobar la escasez de recursos que existen al respecto a nivel formativo,

proponemos la elaboración de una unidad didáctica para las aulas universitarias, que podría extrapolarse a los estudios de postgrado, planes propios o incluso al aprendizaje autónomo. Partimos de la idea de que la asignatura para la que preparamos la unidad es de tercer curso, es decir, se trata de un nivel inicial, pues en la mayoría de planes de estudio de las universidades andaluzas la interpretación se incluye a partir, como mínimo, del segundo curso. La unidad tendrá, por tanto, un carácter específico, pero podría adaptarse a otras temáticas o incluso a otras asignaturas similares que se impartan en otros cursos y en otras comunidades.

3.1. *Objetivos y metodología*

En esta sección proponemos un ejercicio cuyo propósito principal es que el alumno ponga en práctica las destrezas que debe adquirir para la realizar la interpretación bilateral de una reunión de negocios que tiene como temática la exportación de vinos españoles. De este modo, los objetivos de esta sección serían:

- Distinguir entre las diferentes modalidades de interpretación.
- Conocer los contextos donde se practica la interpretación bilateral de forma general y el ámbito agroalimentario de forma específica.
- Familiarizarse con la cultura de los países cuyas lenguas de trabajo se utilicen en clase.
- Desarrollar las destrezas productiva y receptiva a nivel de expresión oral en las lenguas A y B, es decir, fomentar la comprensión y practicar la expresión oral en ambas lenguas.
- Poner en marcha las estrategias necesarias para facilitar la comunicación en los negocios.
- Conocer el vocabulario propio del ámbito vinícola y la exportación.
- Aprender a reaccionar ante las dificultades con las que puede encontrarse el intérprete que trabaja en los contextos sociales y buscar soluciones interpretativas en el menor tiempo posible.

Para poner en marcha estos objetivos, hemos seleccionado un vídeo inédito creado para la docencia de la interpretación bilateral en el mundo de los negocios dentro del campo de la agroalimentación y más concretamente del sector vinícola. Dicho texto forma parte de un conjunto de actividades que integran un proyecto docente (que se encuentra en fase de desarrollo) llamado INAGR, cuyas siglas se corresponden con *Interpretación en el sector AGRoalimentario*, para la formación de intérpretes en varios idiomas.



Portada de la web INAGR

La plataforma INAGR, a cargo de la Universidad de Córdoba, es un recurso que se está diseñando específicamente para enseñanza y aprendizaje de la interpretación de lenguas, clasificado por niveles y para todas las técnicas, en el campo de la agroalimentación. Esto se debe a que la Universidad de Córdoba es pionera, junto con las Universidades de Almería, Cádiz, Huelva y Jaén, en la investigación en agroalimentación, habiendo recibido un galardón como *Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación*, conocido como *CEIA3*:

El Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación ceiA3 es el resultado de la integración de las Universidades de Almería, Cádiz, Huelva y Jaén, lideradas por la Universidad de Córdoba. Cinco instituciones con una dilatada trayectoria científica que ponen al servicio de la sociedad y el tejido productivo todo su conocimiento en el sector agroalimentario con el objetivo de contribuir al desarrollo del sector y, especialmente, a dar respuesta a los retos agroalimentarios del siglo XXI (CIA3: en línea)¹.

Con el objetivo de contribuir al desarrollo del sector y a la suplencia de algunas carencias formativas, se están creando una serie de actividades útiles tanto para los títulos y líneas de investigación del ceiA3 como para los grados, másteres y doctorado relacionados con la enseñanza de idiomas. Para su desarrollo, se ha reunido a un equipo de 27 personas que está

¹ Cita literal extraída de la página de inicio de la Web CEIA3, incluida en este trabajo.

conformado por profesores del Dpto. Traducción e Interpretación y profesores del Dpto. de Análisis numérico de la Universidad de Córdoba, alumnos colaboradores de ambos Dptos., profesionales de la filmación, el diseño gráfico o la creación de una música original (tanto en composición como en interpretación). Las actividades vienen a complementar los apartados más importantes para adquirir las competencias principales para poder interpretar en consecutiva, simultánea y bilateral.

Para la elaboración del material se necesita una metodología coherente que conste de unos pasos bien organizados aplicables a todos los recursos. Básicamente, si pretendemos llevar a cabo la creación de materiales para la enseñanza de la interpretación, se requiere la grabación de audio y la filmación de situaciones simuladas (o reales, si conseguimos los permisos indicados²), así como la creación de actividades interactivas que fomenten el aprendizaje autodidacta o guiado.

De este modo, el primer paso es la redacción y revisión de textos sobre agroalimentación pensados para ser leídos. En esta fase, hay que tener en cuenta que posteriormente se simularán los contextos descritos previamente en los que se leerán los guiones. Así, contamos con una “plantilla de redacción” de elaboración propia en la que se indica el título del discurso-guion, la técnica de interpretación: consecutiva, simultánea o bilateral; la dificultad: nivel básico, intermedio o avanzado, que viene dado según el número de palabras total, el número de términos clasificados como especializados y la inclusión o no de frases hechas; y los nombres del escritor y del revisor. Posteriormente, cuando el texto está preparado, se procede a la búsqueda de localización para la filmación, actores (que son los alumnos colaboradores y profesores que integran el proyecto) y *attrezzo*. Una vez que el vídeo está grabado, se procede a su maquetación (inclusión del logotipo, música, cartelera y créditos) y revisión de su transcripción³.

² No es sencillo encontrar materiales reales en el ámbito de los negocios, pues en la mayoría de las ocasiones, las reuniones son confidenciales y no se nos permite filmar. Hemos de tener en cuenta que para su posterior utilización en clase o divulgación, debemos contar con derechos de autor, imagen, etc. Lo cual dificulta la tarea. Por ese motivo, en INAGR se ha optado por simular los contextos.

³ Por otro lado, se está desarrollando una estructura para la web multimedia donde se colgarán los contenidos (vídeos y actividades), partiendo de un *back-office* y un *front-end*, gestionados por los administradores del sitio, que dispone de su propia *url* (espacio cedido por la Universidad de Córdoba). La metodología de elaboración de esta web está basada en prototipado: desarrollo de interfaz de usuario sin funcionalidades e integración progresiva de las mismas en función de los objetivos.

3.2. El corpus

La elección del corpus es un paso básico para nuestra unidad didáctica. Como hemos mencionado en el apartado anterior, para el aprendizaje de las técnicas de la interpretación en el contexto de las visitas a bodegas, hemos seleccionado un vídeo inédito que forma parte del proyecto INAGR y está clasificado como “Ejercicio de interpretación bilateral” en la combinación lingüística español-alemán. El vídeo parte de un guión que está escrito sobre una plantilla de redacción creada para las actividades de interpretación bilateral. Dicha plantilla marca 400 palabras para el nivel inicial y consta de un encabezado en el que aparece la técnica, el título del ejercicio, el autor del texto y el revisor del mismo. A continuación incluimos una captura de pantalla del diálogo (el texto completo puede consultarse en el Anexo I de este artículo).

Interpretación Bilateral. Nivel básico.
 Título: Comercialización de vino español en Alemania
 Autor: Elena Valero Pérez
 Revisora: María Pilar Castillo Bernal



Diálogo.

A: Buenas tardes, señora Meyer. Queríamos agradecerle el que haya venido hoy, estamos muy contentos de poder contar con usted, y creemos que los productos que hoy le vamos a presentar le van a parecer muy interesantes, ya que son productos que en Alemania podrían ser muy bien recibidos.

B: Guten Tag Frau Pérez. Es freut mich sehr. Ich glaube, dass diese Produkte in Deutschland sehr gut aufgenommen werden. In Deutschland lieben viele Leute die spanische Gastronomie.

A: Hoy queremos presentarle algunos vinos españoles que están en el mercado internacional pero que aún no se venden en Alemania. Tenemos este Verdepeñas, un vino tinto que proviene de Castilla la Mancha, o este Rioja, también tinto. También tenemos blancos como este fino, que es original de Montilla-Moriles, aquí en la provincia de Córdoba. Por lo tanto, son tres vinos que representan toda la geografía española. ¿Le gustaría probar alguno?

B: Ja, meiner Meinung nach ist der Wein ein sehr spanisches Produkt, und ja, ich möchte es probieren, warum nicht? [sie trinkt, wenn möglich] Aber in Deutschland ist es nicht sehr üblich, dass die Leute Tapas essen gehen und hier habe ich gelernt, dass die Spanier Tapas essen gehen und dabei trinken sie Wein. Also, wie können wir in Deutschland für diesen Wein Reklame machen?

A: Esa es una buena pregunta, señora Meyer. Bueno, es cierto que el vino es algo muy cultural en España, y que se asocia a salir de tapas, sin embargo, puede servirse como acompañamiento con cualquier comida. Por ejemplo, el vino tinto va muy bien con la carne, y el vino blanco, como es más suave, con el pescado. Yo creo que estos vinos en Alemania podrían publicitarse como acompañantes para cualquier cena o comida, y sus precios además los hacen asequibles, no son productos únicamente de restaurante.

B: Ihr Blickpunkt ist sehr interessant. Es ist richtig, dass hier in Spanien die Preise sehr günstig sind, aber in Deutschland werden sie ein bisschen teurer sein, weil es importierte Produkte sind.

A: Eso es cierto, pero en todos los países a los que importamos estos vinos, los precios no han variado mucho, por lo que siguen siendo asequibles.

B: Das ist sehr gut. Ich denke, diese Weine könnten ein sehr interessantes Produkt in Deutschland sein.

A: Esperamos que así sea. Muchas gracias por haber estado aquí y esperamos

Diálogo en la plantilla de redacción INAGR para I. bilateral

3.3. Contenidos teóricos y prácticos

En primer lugar, sería conveniente comenzar con una base teórica sobre el funcionamiento de la interpretación bilateral en el que se explicase en qué consiste y en qué se diferencia de la interpretación de conferencias (probablemente la más conocida), tal y como hemos descrito en apartados anteriores. Después, cabría abordar la interpretación en el sector de los negocios y, más específicamente, en el campo de la agroalimentación, ofreciendo, quizás de forma divulgativa y con anécdotas profesionales si las hubiese, la información que aparece en los primeros apartados de este estudio. Por lo tanto, lo segundo sería contextualizar nuestros ejercicios, es decir, indicar al alumno que ha recibido un encargo de interpretación: va a trabajar como intérprete en una reunión organizada por una empresa española que exporta productos vinícolas y recibe a un comercial alemán. De este modo, el alumno debe analizar la situación comunicativa y comenzar a hacer búsquedas de antemano para preparar el ejercicio. El profesor no enseña el corpus de trabajo, pero puede guiar las búsquedas documentales fomentando la anticipación de sus alumnos. Para ello, en esta sección pondríamos de manifiesto los siguientes aspectos:

- La importancia de la terminología específica: elaboración de un glosario bilingüe con los términos etnológicos más frecuentes en las reuniones de negocios
- El lenguaje discursivo en el mundo de los negocios
- El funcionamiento de las habilidades no verbales y la diplomacia: saludos, turnos de palabra, etc.
- La puesta en marcha de estrategias de traducción
- Estudio de los falsos amigos y calcos más frecuentes en la combinación lingüística en la que estamos trabajando dentro de este sector

En esta fase destacaríamos la importancia que supone para el intérprete realizar una correcta labor de documentación previa al ejercicio en sí. Recordemos que esta tarea es esencial para interpretar correctamente de forma profesional, pues cuando estamos trabajando *in situ* contamos con un tiempo muy limitado para realizar búsquedas, hasta tal punto que solo podemos tratar de encontrar un término si disponemos de un diccionario

electrónico (disponible en línea o bien off line)⁴ y nuestros oyentes esperan atender a nuestra intervención seguida al discurso original. Al contrario que en traducción, procuramos anticiparnos a los posibles “problemas de traducción” que puedan producirse, como la falta de conocimiento sobre un tema específico o el empleo de vocabulario técnico, y para eso debemos conocer el contexto, a los oradores, el objetivo de la situación comunicativa, etc. para tratar de preparar al máximo el evento antes de que este tenga lugar.

Como caso práctico, proponemos un vídeo enmarcado en una situación comunicativa común dentro del ámbito agroalimentario que podría producirse en una empresa vinícola. En dicha situación se requeriría el dominio de cierto lenguaje de especialidad, en este caso el lenguaje etnológico y propio de marketing (no a nivel experto en la materia), así como el dominio de habilidades oratorias, diplomáticas y culturales.



Captura de pantalla del vídeo Bilateral Nivel básico Es-A1. INAGR

Antes de realizar la actividad podemos proponer una serie de palabras clave que describan el diálogo o que, por algún motivo, entrañen una especial dificultad. De esa forma, como profesores, podemos facilitar en cierta medida algunos apuntes terminológicos que ayuden al alumno a intuir

⁴ El diccionario en papel ha quedado en desuso para la interpretación *in situ*. En la actualidad se emplean dispositivos electrónicos como teléfonos móviles o *tablets* que son más rápidos haciendo búsquedas.

si se ha documentado correctamente para interpretar este ejercicio o si, por el contrario, va a necesitar más preparación.

3.4. Evaluación

Como comentábamos en el apartado de objetivos, nuestra intención con este ejercicio es comprobar que los alumnos han adquirido las destrezas necesarias para traducir-interpretar en el contexto situacional dado. Por ello nos centraremos en la valoración de la fase práctica de la actividad, es decir, calificaremos las capacidades interpretativas de los alumnos.

A la hora de corregir las actividades, nos basaremos en una plantilla de correcciones previamente establecida. Proponemos las “parrillas”⁵ que se utilizan en los centros especializados en la enseñanza de la interpretación con una gran experiencia en la evaluación de la calidad de resultados, como por ejemplo, las elaboradas por David y Margareta Bowen (1989: 116) o las propuestas al respecto por investigadores como Gracia Torres (2004: 178-195).

Así, evaluaremos los ejercicios de los alumnos teniendo especialmente en cuenta los siguientes aspectos:

- Errores de Sentido (fallos en comprensión, falsos sentidos, etc.)
- Uso de términos especializados (palabras clave de la actividad)
- Conocimiento cultural(en este caso vendría determinado especialmente por el apartado anterior)
- Soluciones acertadas (aspectos positivos: giros lingüísticos, buenas traducciones)
- Lengua y estilo (uso del idioma meta, calcos, articulación, dicción, etc.)

Hay que tener en cuenta que las correcciones pueden hacerse de diversas formas: en clase de forma individual, en casa de forma autodidáctica, con correcciones por pares o la clásica evaluación por parte del profesor.

⁵ Este es el nombre que reciben en la mayoría de centros.

Conclusiones

El mundo de los negocios está en auge y el empleo de idiomas aplicados a las distintas ramas de conocimiento es una baza importante para la formación lingüística en la actualidad. Además, hemos comprobado que España destaca en el sector de la agroalimentación, pues se trata de un país que produce una gran cantidad de textos científico-académicos, que tiene universidades punteras en su estudio y que posee una amplia experiencia en este ámbito. De este modo, se ha convertido en una nación exportadora de conocimiento y generadora de intercambio multilingüe, conocimiento e intercambio que crean necesidades de traducción/interpretación.

A pesar de la existencia de dichas necesidades, resulta complicado encontrar recursos para formar a intérpretes en el sector de la agroalimentación, no existen suficientes actividades diseñadas específicamente para enseñar a futuros intérpretes que deseen mejorar sus aptitudes en un sector que se encuentra en auge en la Península Ibérica. Desde la Universidad de Córdoba, se trabaja en un proyecto de investigación que tiene por objetivo la creación de un espacio web gratuito con materiales para aprender y practicar la interpretación en este campo.

Basándonos en una de las actividades que se están desarrollando como parte de este proyecto, proponemos la creación de una unidad didáctica para la formación de intérpretes en el modo bilateral, la técnica más empleada en el mundo de los negocios. La unidad se compone de una serie de objetivos que se consiguen a través de la planificación de la enseñanza, la elaboración de varias actividades como parte del aprendizaje y la elección de uno de los métodos de evaluación propuestos. Así, partimos de unos contenidos teóricos relacionados con la enseñanza de la interpretación bilateral, la enseñanza de la interpretación en el mundo de los negocios y más específicamente de la agroalimentación, la elaboración de unos glosarios, búsquedas documentales y demás actividades necesarias como parte del ejercicio de anticipación a la tarea principal: la interpretación en modo bilateral de una reunión de negocios entre un empresario de vinos español y un comercial extranjero (en nuestro caso, alemán) que es un cliente potencial de la compañía.

Todo el material que empleamos para el desarrollo de la unidad didáctica es de autoría propia, con lo cual, se trata de contextos simulados creados específicamente para enseñar a interpretar. Para que las actividades tengan un nivel concreto y guarden coherencia con el resto de materiales, hemos diseñado unas plantillas de redacción, unos guiones transcritos y hemos elegido las localizaciones y los diálogos cuidadosamente.

Pretendemos elaborar más actividades para el modo bilateral en varias lenguas (y también para otros modos de interpretación) y ofrecer una web gratuita desde la que cualquier usuario pueda descargar los contenidos para practicar la interpretación de forma guiada.

Referencias bibliográficas

- BOWEN, M. y BOWEN, D. (1989). Aptitude for Interpreting, en Gran, L. y Dodds, J. (eds.), *The theoretical and practical aspects of teaching conference interpretation*, Campanotto Editore: Udine, 109-125.
- COLLADOS AÍS, A. y SÁNCHEZ, M.M., (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Granada. Editorial Comares, colección Interlingua.
- CEIA3. *Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación*. <http://www.ceia3.es/ceia3/que-es-el-ceia3> [Consulta: 24/1/2018].
- CHINCHILLA RODRÍGUEZ, Z. y OLMEDA GÓMEZ, C. (2010). Producción y colaboración científica en agroalimentación. En *Análisis sobre Ciencia e Innovación en España: Anuario ICONO*. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología, 366-399.
- Diccionario de la Real Academia Española* (22ª edición). Disponible en : <http://www.rae.es> [Consulta: 23/1/2018].
- GARCÍA BEYAERT, S.; SERRANO PONS, J., (2009). Recursos para superar las barreras lingüístico- culturales en los servicios de salud. En J. Morera Montes, A. Alonso Babarro y H. Huerga Aramburu (Coords.). *Manual de atención al inmigrante*, 53-66. Madrid y Barcelona: Ergon.
- INAGR. (2015). Disponible en : <http://www.uco.es/inagr/> [Consulta: 23/1/2018].
- LEDERER, M., (1981). *La traduction simultanée: expérience et théorie*. Paris. Lettres Modernes.
- LEON, M. (2000). *Manual de interpretación y traducción*. Madrid. Luna Publicaciones SL.
- MC NEILLY, M. (2000). *Sun Tzu y el arte de los negocios: seis principios estratégicos para gerentes*. Oxford University Press.
- TORRES DÍAZ, Mª. G. (2004). *Enseñar y aprender a interpretar: curso de interpretación de lenguas: español-inglés*. Málaga: Libros Encasa.

Anexo I.*Diálogo para la interpretación bilateral (INAGR)*

- A: Buenas tardes, señor Meyer. Queríamos agradecerle el que haya venido hoy, estamos muy contentos de poder contar con usted, y creemos que los productos que hoy le vamos a presentar le van a parecer muy interesantes, ya que son productos que en Alemania podrían ser muy bien recibidos.
- B: Guten Tag Frau Pérez. Es freut mich sehr. Ich glaube, dass diese Produkte in Deutschland sehr gut aufgenommen werden. In Deutschland lieben viele Leute die spanische Gastronomie.
- A: Hoy queremos presentarle algunos vinos españoles que están en el mercado internacional pero que aún no se venden en Alemania. Tenemos este Valdepeñas, un vino tinto que proviene de Castilla la Mancha, o este Rioja, también tinto. También tenemos blancos como este fino, que es original de Montilla-Moriles, aquí en la provincia de Córdoba. Por lo tanto, son tres vinos que representan toda la geografía española. ¿Le gustaría probar alguno?
- B: Ja, meiner Meinung nach ist der Wein ein sehr spanisches Produkt, und ja, ich möchte es probieren, warum nicht? [sie trinkt, wenn möglich] Aber in Deutschland ist es nicht sehr üblich, dass die Leute Tapas essen gehen und hier habe ich gelernt, dass die Spanier Tapas essen gehen und dabei trinken sie Wein. Also, wie können wir in Deutschland für diesen Wein Reklame machen?
- A: Esa es una buena pregunta, señora Meyer. Bueno, es cierto que el vino es algo muy cultural en España, y que se asocia a salir de tapas, sin embargo, puede servirse como acompañamiento con cualquier comida. Por ejemplo, el vino tinto va muy bien con la carne, y el vino blanco, como es más suave, con el pescado. Yo creo que estos vinos en Alemania podrían publicitarse como acompañantes para cualquier cena o comida, y sus precios además los hacen asequibles, no son productos únicamente de restaurante.
- B: Ihr Blickpunkt ist sehr Interessant. Es ist richtig, dass hier in Spanien die Preise sehr günstig sind, aber in Deutschland werden sie ein bisschen teurer sein, weil es importierte Produkte sind.
- A: Eso es cierto, pero en todos los países a los que importamos estos vinos, los precios no han variado mucho, por lo que siguen siendo asequibles.
- B: Das ist sehr gut. Ich denke, diese Weine könnten ein sehr interessantes Produkt in Deutschland sein.
- A: Esperamos que así sea. Muchas gracias por haber estado aquí y esperamos volver a contar con usted pronto.

B: Ich danke Ihnen. Ich hoffe auch, dass wir in Zukunft noch mal zusammen arbeiten können.