

Estudios Franco-Alemanes

Revista Internacional de Traducción y Filología

ISSN: 2171-6633

9
2017

ADQUISICIÓN DE UNIDADES DE SIGNIFICADO ESPECIALIZADAS, GESTIÓN TERMINOLÓGICA Y TRADUCCIÓN (ALEMÁN-ESPAÑOL)

MARÍA DEL CARMEN BALBUENA TOREZANO
Universidad de Córdoba
mcbalbuena@uco.es

Fecha de recepción: 10.01.2017

Fecha de aceptación: 30.03.2017

Resumen: El siguiente trabajo presenta algunos de los resultados obtenidos en el marco del proyecto *WeinApp: Sistema multilingüe de información y recursos vitivinícolas*, que conforma una investigación multidisciplinar de la terminología vitivinícola cuyo principal objetivo es la elaboración de un sistema de información sobre el evento [vino]. El objetivo del proyecto es, pues, sistematizar el léxico vitivinícola y sus equivalentes en inglés, francés, alemán y español. De este modo, se crea una base terminológica multilingüe que será de utilidad para la traducción de textos del ámbito de la vitivinicultura. La adquisición de esta terminología especializada es una de las tareas más complejas para traductores e intérpretes, en tanto que su aprendizaje, y el de sus equivalencias, garantizan la correcta traducción de los textos. Este trabajo se centra en la gestión terminológica multilingüe y la adquisición de unidades de significación, para su aplicación posterior a la traducción de textos especializados en el sector de la vitivinicultura.

Palabras clave: terminología; vitivinicultura; traducción especializada; léxico; proyecto de investigación.

Abstract: This work focuses on some of the results from the research project *WeinApp: Multilingual System of Information and Winegrowing Resources*, an interdisciplinary research on wine and winegrowing terminology whose main objective is the elaboration of an information system on the wine-domain. The aim of the project is, so, to systematize the winegrowing lexicon and to establish equivalents in English, French, German and Spanish. So will be created a multilingual terminological database, which you can use to translate specialized texts of wine and winegrowing domain. The acquisition of this specialized terminology is one of the most difficult achievements for translators and interpreters, so that its lexical apprehension and its right equivalences guarantee a good translation. This work focuses on the multilingual terminology management and acquisition of a

specialized lexicon, in order to apply this knowledge to the translation of winegrowing-texts.

Keywords: terminology; wine-growing; specialized translation; lexicon; research project.

1. Introducción

La traducción de textos especializados conlleva no pocas dificultades para el traductor. Por texto especializado entendemos, siguiendo a Hurtado Albir (2001: 59), aquel texto dirigido a los especialistas y que está conformado por un léxico específico, con un alto grado de especialización, y por tanto sirve como medio para establecer una comunicación también especializada, presente y posible únicamente entre técnicos o especialistas en la materia; este sería el caso, por ejemplo, de los ejemplos (1) y (2), sobre patologías de la vid:

El virus GLRaV-2 es el único miembro conocido del género *Closterovirus* que infecta las vides. El virus consiste en un número de cepas diferentes asociadas a la incompatibilidad de injertos. Un estudio llevado a cabo en Argentina demostró que el análisis RFLP resultó útil para evaluar la variabilidad genética de aislados de campo en este tipo de virus. En países donde el injerto de rizomas es obligatorio para controlar la filoxera, la infección del GLRaV-2 se ha convertido en todo un desafío. Los programas de selección sanitaria deben apuntar a evaluar y suprimir este virus de los bloques certificados. En una prueba de injerto en Cabernet Sauvignon infectado con GLRV-2 y -3 e injertados a un número de rizomas, surge a la vista que Paulsen 1103 y Rupestris St George demostraron ser los más tolerantes, mientras que Kober 5BB fue el rizoma más sensible (Monins, Constable & Habili, 2010: 5)

Die Esca-Krankheit kann ein chronisches und ein akutes Schadbild aufweisen. Letzteres ist als Apoplexie (= Schlagtreffen) bekannt, welches zum Absterben einzelner Äste oder des ganzen Rebstocks führt. Auch diese Krankheit tritt meist nur in älteren Anlagen auf. Esca wird durch einen pilzlichen Erregerkomplex verursacht, zudem heute in Europa zwei Ascomyceten, *Phaeoaniella chlamydospora* (Phc) und *Phaeoacremonium aleophilum* (Pal) und der Basidiomycet *Fomitiporia mediterranea* (Fmed) gezählt werden. Dabei spielt Phc als Primärbesiedler der gesunden Weinrebe eine entscheidende Rolle, damit

Fmed und andere Weißfäule-Erreger das Rebholz sekundär befallen können. (Nirenberg & Gräfenhan, 2003: 2)

En el caso del ejemplo (1) es necesario entender y comprender el significado de términos como “GLRaV-2”, “Closterovirus”, “análisis RFLP”, “rizoma”, “Paulsen 1103”, o “Rupestris St George”, mientras que en el ejemplo (2) el traductor deberá conocer los conceptos de “Esca”, “Apoplexie”, “Ascomyceten”, “Phaeomoniella chlamydospora”, “Phaeoacremonium aleophilum”, “Basidiomycet” o “Fomitiporia mediterránea”, y su equivalencia en español para la correcta traducción del texto. Se trata, pues, de unidades de significado especializadas, lo que lleva a calificar a ambos textos como especializados, dada la densidad léxica que tanto (1) como (2) portan. Ello nos lleva a la afirmación de que la lengua presente en un texto especializado es, pues, una lengua de especialidad (en alemán *Fachsprache*), constituida por una morfología y sintaxis determinada, pero sobre todo, por una terminología propia, de un alto contenido especializado; la densidad de estas unidades de significado especializadas, como las denomina Cabré, son las que determinan, precisamente, el grado de especialización del texto. La traducción de este tipo de textos supone, por tanto, mucho más que el conocimiento de la lengua original (LO) y la lengua meta (LM) para el traductor, pues como afirma Fluck (1992: 141s.):

Die Grundlagen für das Übersetzen von Fachtexten sind (...) neben allgemeinen soliden Sprachkenntnissen Kenntnisse über die Grundbegriffe eines Faches, also Sachkenntnisse. Zusätzlich muß der Übersetzer den spezifischen Fachwortschatz und die dazugehörige Fachsphraseologie in der Ausgangs- und Zielsprache kennen. Wünschenswert ist ferner ein im Laufe der Zeit erworbenes technisches, Einführungsvermögen, das es dem hauptberuflichen Übersetzer erlaubt in verschiedenen Fachbereichen tätig werden.

Los fundamentos para la traducción de textos especializados residen junto a una sólida formación en lenguas, en el conocimiento de los conceptos fundamentales de una especialidad y de su fraseología específica en la lengua de partida y la lengua de llegada. Mucho más deseable es también la especialización técnica y el acervo de conocimientos básicos que pueda tener el traductor, lo que le permitirá a su vez poder especializarse en distintos ámbitos de traducción.

Las páginas siguientes abordarán la elaboración y confección de fichas terminológicas multilingües para el aprendizaje de un lenguaje especializado como es el vitivinícola, donde confluyen, además, diversas disciplinas y especializaciones. En este sentido, presentamos también los primeros trabajos llevados a cabo en el marco del proyecto de investigación *Weinapp: sistema multilingüe de información y recursos vitícolas* (Ref. FFI2016-79785-R, Ministerio de Economía y Competitividad).

Para ello partimos de la siguiente hipótesis: el conocimiento exhaustivo de un léxico altamente especializado, en el que a su vez confluyen términos propios de distintas disciplinas, posibilitará al traductor la traducción correcta de los textos, y más aún, la posibilidad de especializarse en un ámbito dentro de todo el sector. Aunque en las páginas siguientes abordamos la equivalencia en otras lenguas, deseamos hacer especial hincapié en la terminología y la traducción de textos en el par de lenguas alemán

1. La especificidad del lenguaje del vino

El vino es un patrimonio cultural que se pone de manifiesto en diversos ámbitos de la vida. No en vano, el sector empresarial en torno a la producción vinícola está conformado por una vasta variedad de industrias, empresas y pymes que contribuyen, de una forma u otra, a la producción vitivinícola: lagares, bodegas, plantas de embotellado, tonelería, mayoristas y distribuidores, vinotecas, empresas de publicidad y marketing, empresas gastronómicas, sumillers, salas de cata, periodismo especializado, empresas de transporte y exportación, empresas de productos fitosanitarios, empresas turísticas, literatura, producción y elaboración del corcho, tonelería, tratamiento de efluentes y residuos en bodegas, E-Commerce, etc.

Todo ello se pone de manifiesto en los múltiples dominios y subdominios léxicos en los que es posible clasificar la terminología vitivinícola desde la plantación y el cultivo de la vid hasta la adquisición de la botella y el consumo del vino:

1. [cultivo], que a su vez contiene los subdominios: [taxonomía], [fenología], [morfología], [poda], [patología vitícola], [vendimia]. Cada uno de estos subdominios contiene, al mismo tiempo, nuevos subdominios.

2. [producción]. Dentro de este dominio distinguimos los subdominios [vinificación] y [tipos de vinificación]. En pantalla podemos apreciar un fragmento de la web del Consejo Regulador de Jerez-Sherry, que explica cómo se elabora el vino palo cortado.
3. [comercialización]. Este dominio léxico contiene los siguientes subdominios: [embotellado], [etiquetado], [cata], [comercialización], [exportación], [importación]
4. [regulación]. Sobre la normativa que regula el cultivo de la vid y la producción vitivinícola, cabe señalar dos grandes subdominios: [normativa estatal] y [normativa europea]. Junto a ellos, otros como [organizaciones nacionales], [organizaciones internacionales]
5. [promoción]. La promoción de los caldos se subdivide, a su vez, en los siguientes subdominios: [publicidad], [ferias y congresos], [webs], [redes sociales], [información audiovisual].
6. [enoturismo]. Tres son los subdominios principales de este dominio léxico: [regiones vitivinícolas], [folletos turísticos], [servicios], [visitas a bodegas], [paquetes turísticos].
7. [cultura]. Es este un dominio con una amplitud considerable, y así podemos distinguir subdominios como [literatura], [tradiciones y costumbres], [tratados], [prensa], [otros textos humanísticos], [fraseología], [paremiología], [metáforas y simbología], [pintura], [escultura], [cine], [museología], [otras manifestaciones artísticas]

Como acabamos de ver, se trata de un lenguaje en el que confluyen numerosas especialidades, y por ello no serán pocas las ocasiones en las que encontremos textos híbridos, donde veamos la participación de unidades de significado especializadas pertenecientes a distintos tecnolectos. El proyecto *WeinApp* parte de la concepción de que la gestión terminológica adecuada, con la clasificación de los términos en dominios y subdominios en función de los distintos ámbitos reseñados, puede proporcionar al traductor una herramienta útil para llevar a cabo su labor, al tiempo que, desde una perspectiva cognitiva y contrastiva, posibilitarle la adquisición de la terminología propia del sector, y, con ello, la comunicación especializada, la comprensión de los TO, y el correcto trasvase a la LM de dichos textos.

2. La gestión terminológica y la confección de base de datos multilingües: El proyecto WeinApp

El traductor ha de poseer determinadas competencias que lo habiliten para desarrollar su profesión cumpliendo con los estándares de calidad. Antes incluso de proceder a la traducción del texto, debe tener una amplia información sobre su temática, lo que exige de él una ardua labor de documentación. Dentro de esta labor de documentación se incluye también el conocimiento de los términos más significativos dentro de la especialidad, y, en definitiva, la gestión de esa terminología que le es útil y necesaria para el ejercicio de su profesión. En este sentido se desarrolla WeinApp, que es un proyecto de investigación interdisciplinar sobre terminología vitivinícola, cuyo objetivo fundamental es la elaboración de un sistema de información sobre el dominio de la vitivinicultura. En dicho sistema de información los conceptos están vinculados a una ontología, que a su vez constituye el vínculo entre términos en distintas lenguas (inglés, francés, alemán).

Los principales objetivos del proyecto son pues:

1. Creación de un corpus de textos vitivinícolas en las lenguas de trabajo: alemán, español, inglés y francés
2. Elaboración de un inventario de relaciones conceptuales específicas del EVENTO VINO, y en particular de los distintos dominios y subdominios en los que es posible la clasificación terminológica.
3. Especificar un lenguaje para las definiciones terminográficas que sea conciso y unívoco y que permita establecer relaciones con el resto de categorías.
4. Creación de una base de datos terminológica en la que los conceptos estén vinculados a una ontología, que será el vínculo entre las distintas lenguas
5. Creación de la aplicación *WeinApp* para dispositivos móviles y divulgación del conocimiento en materia de viticultura y vinicultura;

La primera fase del proyecto, una vez seleccionados los textos objeto de estudio, es la que corresponde a la elaboración de fichas en la que se establezcan las relaciones conceptuales entre los términos. Veamos como ejemplo las relaciones conceptuales de los términos “despalladora” y

“pulverizador neumático”, así como “envero”, pertenecientes a las categorías conceptuales “maquinaria” y “fenología”, respectivamente:

DESPALILLADORA	
Tipo de/ Parte de	Maquinaria
Pertenece a	Viticultura
Fase	Vinificación: Despalillado
Función	Separar las uvas del raspón
Equivalencias	desraspadora (ES), Traubenabbeermaschine (DE), égrappoir, érafloir (FR), stemmer, stalk separator (EN)

Fig.1: Relaciones conceptuales y equivalencia del término “despalilladora”

PULVERIZADOR NEUMÁTICO	
Tipo de/ Parte de	Maquinaria
Pertenece a	Viticultura
Fase	Patología vitícola
Función	Aplicación de productos fitosanitarios
Equivalencias	pulverizador atomizador (ES), pneumatisches Sprühgerät (DE), blower sprayer, atomizer sprayer (EN), pulvérisateur pneumatique (FR)

Fig.2: Relaciones conceptuales y equivalencia del término “pulverizador neumático”

ENVERO	
Tipo de/ Parte de	Fenología
Pertenece a	Viticultura
Fase	Ciclo vegetativo anual
Función	coloración, cambio de pigmentación de la uva
Equivalencias	Farbumschlag (DE), veraison, onset of ripening (EN), véraison (FR)

Fig.3: Relaciones conceptuales y equivalencia del término “envero”

Una vez establecidas las relaciones ontológicas, se procede a la realización de fichas terminológicas, y así ofrecemos un ejemplo para el término “desborre”:

Concepto	DESBORRE
Categoría conceptual/ Dominio	Fenología
Subdominio(s)	Ciclo vegetativo anual
Definición	Apertura de las yemas de la vid; primera manifestación del crecimiento de la yema
Variantes	brotación (es)
Equivalencias	Knospenaufbruch (de), budding (en), débourrement (fr)
Contexto	Cuando el invierno toca su fin, la planta que ha estado reposando durante este tipo, parece recobrar vida. Comienza a observarse como se van hinchando pequeñas yemas en forma de “borras”, que contienen la belleza que poco tiempo después desplegará ante los ojos del agricultor (Fuente: http://bodegasramonsaenz.com/latienda/que-es-el-desborre-que-es-el-cuajado-o-que-es-el-envero-o-el-agostamiento-descubre-el-ciclo-completo-de-la-vina/)
Imágenes	

Fig.4: Ejemplo de ficha terminológica completa

Con ello, se consigue, por una parte, sistematizar todo el léxico posible en torno al vino, estableciendo categorías en función del dominio o subdominio al cual pertenece. Por otra parte, esta categorización se hace extensiva a otros idiomas, lo que supone para el traductor encontrar la equivalencia de los términos en otras lenguas, con la seguridad de que responden al mismo concepto y relación conceptual que el término de partida.

Conclusiones

Lo expuesto en las páginas precedentes nos conduce a las siguientes conclusiones:

1. El lenguaje vitivinícola es un lenguaje especializado, que sirve como vehículo para la comunicación especializada, y que por ende está fijado en textos que adquieren el carácter especializado.
2. El grado de especialización de los textos depende por un lado de la densidad terminológica que éstos contengan, así como del género textual.
3. La terminología propia del sector vitivinícola se pone de manifiesto en numerosos dominios y subdominios, en los que es posible ver la confluencia de distintas especialidades, tales como la Bioquímica, la Biología, la Botánica, la Química, la Agronomía, la Enología, el Derecho, la Gastronomía, el Turismo, el Marketing, la Literatura o la Medicina.
4. Es esta variedad, precisamente, la que al mismo tiempo que otorga una dificultad añadida al ejercicio de la traducción y la interpretación en este ámbito, lo que obliga al traductor-intérprete a adquirir en un tiempo récord conocimientos sobre ámbitos no relacionados con la lingüística, la lengua o la traducción, pero al mismo tiempo una terminología propia de cada uno de los sectores y subsectores a los que pueden pertenecer los textos.
5. La elaboración de fichas que establezcan relaciones conceptuales, así como las distintas equivalencias en las distintas lenguas de trabajo, pueden contribuir a paliar las deficiencias de tipo lingüístico que, en principio, tenga el traductor, y, finalmente, la escasez de diccionarios que pudiera existir en algunos de los sectores aquí tratados.
6. Con ello, es posible adquirir un léxico muy especializado, en dos o más idiomas, además del materno, práctica esta habitual en la labor traductora.
7. Esta metodología puede aplicarse también en el aula, a partir de textos seleccionados por el discente, para que el alumnado pueda desarrollar una metodología de trabajo que será la que después empleará en el ejercicio real de la traducción.

Referencias bibliográficas

- Aguado de Cea, G. y Álvarez de Mon, I. (2010). Estructuras de clasificación en español. Terminología y adquisición de conocimiento explícito para la Web semántica. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=Web+sem%C3%A1ntica+Aguado+de+Cea&hl=es&as_sdt=0,5.
- Cabré i Castellví, M. T. (2010). *La terminología. Representación y comunicación*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- _____, (2004). La terminología en la traducción especializada. En: Gonzalo García, C. y V. García Yebra, Valentín (eds.), *Manual de documentación y terminología para la traducción especializada*. Madrid: Arco / Libros, 89-122.
- Monis, J., Constable, F. y Habili, N. (2010). Avances en el estudio de enfermedades de la vid provocadas por virus. *Revista Enología*, 7,1-8.
- Nierenberg, H. I. y Gräfenhan, T. (2003). *Präventiver Pflanzenschutz zur biologischen Bekämpfung der Erreger dreier bedeutender Pilzkrankheiten im ökologischen Weinbau*. Bonn: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.
- Sager, J. C. (2002). La terminología y la traducción en la sociedad de la información. En *La traducción científico-técnica y la terminología en la sociedad de la información*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I, 17-44.

NUEVAS METODOLOGÍAS Y RECURSOS EN EL AULA UNIVERSITARIA DE ENSEÑANZA DE SEGUNDAS LENGUAS: ALEMÁN

INGRID COBOS LÓPEZ
Universidad de Córdoba
icobos@uco.es

Fecha de recepción: 23.03.2017

Fecha de aceptación: 10.06.2017

Resumen: En la sociedad actual en la que nos encontramos en el siglo XXI, nuestros estudiantes manejan todo tipo de tecnologías y están acostumbrados a la rapidez e inmediatez. Nuestras aulas cambian cada curso con la sociedad y tenemos que estar actualizados con los recursos y las metodologías que van surgiendo para hacer más atractivos y eficaces nuestros métodos de enseñanza. Es por ello que, un pilar fundamental para que nuestros estudiantes aprendan, sea facilitarles que su aprendizaje sea más activo y significativo. Para ello, desde finales de los años 90 diversos autores han desarrollado gran variedad de teorías y metodologías para adaptar el aprendizaje del alumno a los tiempos cambiantes. Dentro de este contexto, las metodologías más en boga en la actualidad son PBL, CBL, *Flipped classroom*, la gamificación y el *one to one*. En el contexto universitario, hemos comprobado que dichas metodologías funcionan en las aulas con gran cantidad de alumnos y existen muchos recursos que podemos utilizar para conseguir nuestros objetivos. En el presente trabajo nos gustaría mostrar las metodologías aplicadas en las asignaturas de Lengua C (Alemán) en el Grado de Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba y los resultados obtenidos.

Palabras clave: metodologías y tecnologías, aprendizaje significativo, aula universitaria, enseñanza de segundas lenguas.

Abstract: In today's society, in which we are in the 21st century, our students manage all kinds of technologies and are used to speed and immediacy. Our classrooms change every year with society, and we need to be up to date with the emerging resources and methodologies to make our teaching methods more attractive and efficient. To facilitate our students' learning process, we have to make their learning more active and meaningful. To this end, since the late 1990s, various authors have developed a wide variety of theories and methodologies to adapt students learning to nowadays changing times. Within this context, the most popular methodologies

today are PBL, CBL, Flipped classroom, gamification, and one to one. At the university, we have found that these methodologies work in classrooms with a large number of students and there are many resources that we can use to achieve our objectives. In the present work, we would like to show the methodologies applied in the subjects of Language C (German) in the Degree of Translation and Interpretation of the University of Córdoba and the results obtained.

Keywords: methodologies and technologies, significant learning, university classroom, second language teaching.

Introducción

En los últimos años se han desarrollado cambios relevantes en el sistema educativo, tanto en la Educación Superior como en la Educación Primaria y Secundaria, principalmente, en el uso de nuevas tecnologías y los métodos de enseñanza, debido a la transformación que ha experimentado la propia sociedad y provocado por el uso de las TIC en las aulas de los centros educativos. Atendiendo a lo expuesto por Margalef (2005) esto ha propiciado que se favorezca la creación de espacios y experiencias de reflexión en los que los estudiantes conectan la teoría y la práctica gracias a aprendizajes procedimentales, es decir, un aprendizaje en el que el propio alumno construye, crea y produce conocimiento. Este tipo de aprendizaje, según la autora, se centra en el alumno y (2005: 1) “parte de las orientaciones metodológicas derivadas de la implantación del crédito europeo (ECTS)”.

Teniendo en cuenta este nuevo modelo de aprendizaje y la implantación de las TIC y el *Blended Learning* (Bonk & Graham, 2006) en la Educación Superior, nos preguntamos si es posible introducir estas metodologías y tecnologías propuestas por distintos autores en una propuesta didáctica en la asignatura de Lengua C (Alemán) impartida en el Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba y mejorar los resultados de los estudiantes. Para llevar a cabo la mencionada experiencia, nos planteamos los siguientes objetivos:

- Revisión del concepto de *Blended Learning* y las nuevas metodologías en el aula universitaria.
- Creación de una nueva propuesta metodológica basada en el *Blended Learning*
- Aplicación en el aula de dicha propuesta metodológica y evaluación de los resultados.

1. *Blended learning* y metodologías 2.0

1.1. Contextualización y definición del concepto de *Blended learning*

El principal cambio en la enseñanza de finales del siglo pasado radica en que el estudiante se ha convertido en el centro de la enseñanza-aprendizaje y, en torno a él, giran una gran variedad de orientaciones metodológicas con el objetivo de que su papel sea más activo y productivo, a la vez que motivador y significativo.

Asimismo, y en paralelo, se ha promovido el desarrollo tecnológico de las universidades españolas y, con ello, se han mejorado las aulas con equipos informáticos, pizarras electrónicas o proyectores, adquisición de softwares, instalación de conexiones wifi en las facultades, etc. Todo esto permite no solo la conexión virtual y la ubicuidad formativa, sino el uso de vídeos, actividades online, RRSS y otras muchas herramientas que facilitan el denominado *Blended Learning*. Para Bonk & Graham (2006: 4) este concepto es la fusión de las definiciones de los siguientes autores:

The three most commonly mentioned definitions, documented by Graham, Allen and Ure (2003), are:

- Combining instructional modalities (or delivery media) (Bersin Associates, 2003; Orey, 2002a 2002b; Singh & Reed, 2001; Thomson, 2002)
- Combining instructional methods (Driscoll, 2002; House, 2002; Rossett, 2002)
- Combining online and face-to-face instruction (Reay, 2001; Rooney, 2003; Sands, 2002; Ward & LaBranche, 2003; Young, 2002).

Según los autores, los dos primeros grupos de definiciones reflejan el debate actual sobre el concepto y la influencia del medio frente al método que hacen que sea tan amplio, que podría incluir todos los métodos posibles de aprendizaje. En este sentido, los autores consideran que no llegan a la esencia de lo que es el *blended learning* y lo que lo hace tan interesante. Para ellos, el tercer grupo de definiciones sería el más adecuado y, además, coincidiría con su propia definición en la que introducen también las TIC (2006: 5): “Blended learning systems combine face-to-face instruction with computer-mediated instruction”.

Así, la combinación de ambas modalidades de enseñanza, lo que se conoce como modalidad mixta, plantea nuevos horizontes en la formación y hace que el aprendizaje sea más global debido a que se rompe con el concepto de “espacio” y “tiempo”. Para llevar a cabo esta nueva modalidad, no solo entra en juego el desarrollo de estas tecnologías y su implantación en los centros educativos, sino que llevan adheridos una serie de cambios metodológicos que han enriquecido sobremanera la experiencia docente.

1.2. Metodologías docentes 2.0

Existen distintas metodologías cuyo objetivo principal es colocar al alumno en el centro del proceso educativo y que le otorgan autonomía para reconocer y distinguir los problemas de la vida real y solventarlos (Araujo y Sastre, 2008: 11), además de considerarlo el responsable último de su propio aprendizaje (Ortiz Sobrino, 2009).

Entre estas metodologías encontramos las siguientes que servirán para nuestra experiencia: *a) Learning by doing; b) Learning by Teaching; c) Learning by Playing.*

1.2.1. Learning by doing

Esta metodología surge en 1999 partiendo del axioma de que el “verdadero conocimiento se adquiere al ejecutar un rol activo, es decir, cuando practicamos, nos equivocamos y corregimos nuestros errores” (Llorente et al., 2013: 640). Es por ello que, el alumno adquiere un papel fundamental como parte activa de la búsqueda del conocimiento y no como mero “consumidor” de información que le entrega el profesor (Martínez Aldanondo, 2006).

Dentro de esta metodología, tenemos distintas estrategias que podemos utilizar en el aula como el *Problem Based Learning* o la *Flipped Classroom*. El *Problem Based Learning (PBL)* o Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) iniciado por Barrows (1986), es un método de aprendizaje basado en el constructivismo que radica en plantear problemas para que, en el proceso de búsqueda de la solución, se adquiera el conocimiento. En este método, no solo es importante el resultado, sino que se centra más en el proceso y las habilidades que se desarrollan en el mismo: la evaluación crítica, la responsabilidad o las relaciones interpersonales (Llorente et al., 2013: 640). Lo más atractivo de este método, en nuestra opinión, radica en plantear

dichos problemas en el mundo real de la profesión de la que surgen estas enseñanzas, en nuestro caso, la Traducción e Interpretación y la enseñanza de segundas lenguas.

Los procesos cognitivos que rigen este proceso son tres según Morales Bueno y Landa Fitzgerald (2004, en Llorente et al., 2013: 641):

- a) el aprendizaje no es un proceso receptivo, sino constructivo,
- b) el proceso de metacognición afecta al aprendizaje y al uso que se hace del conocimiento y
- c) el aprendizaje está determinado por variables contextuales y sociales.

En la propuesta didáctica que analizaremos más adelante, nos basaremos en dichos principios para su programación.

Con respecto a la *Flipped classroom*, tal y como su propio nombre indica, se trata de invertir la clase, es decir, darle la vuelta a la organización tradicional de la enseñanza en el aula, mediante la cual el alumno recibe la teoría en casa y practica en clase, tal y como indica Fulton (2012: 12) “students watch or listen to lessons at home and do their homework in class”. En esta metodología, el alumno sigue siendo el centro de aprendizaje y el profesor le acompaña ofreciéndole materiales y guiando su aprendizaje. Sin embargo, la responsabilidad final del aprendizaje recae sobre el alumno. Esta metodología tiene dos fases claramente diferenciadas: la primera que se desarrolla en casa y en la que se fomenta el uso de las nuevas tecnologías (videos de *youtube*, presentaciones locutadas, etc.) y otra que se realiza en el aula, donde se fomenta el trabajo cooperativo y se intercambian experiencias entre estudiantes. En este sentido, el aula es el lugar donde se asimila y fortalece lo aprendido. Para autores como Barrera (2013), esta metodología fomenta el pensamiento crítico y la reflexión y promueve un aprendizaje personalizado no solo en cuanto al contenido, sino en el ritmo de adquisición del mismo.

1.2.2. Learning by teaching

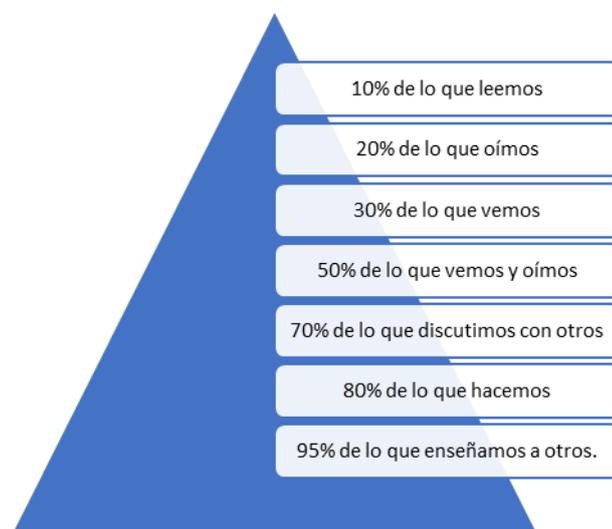
Siempre se ha afirmado que enseñar es un método muy eficaz de aprendizaje (Allen and Feldman, 1973; Bargh and Schul, 1980; Chi et al., 2001; Cohen et al., 1982; Coleman et al., 1997; Robinson et al., 2005, etc.) y

son muchas las perspectivas desde las que se ha investigado (Fiorella y Mayer, 2013). La mayoría de los estudios publicados se centran en la tutoría *one-to-one* y en los beneficios que obtienen tanto el tutor como el tutelado (Rohrbeck et al., 2003, Roscoe and Chi, 2007); aunque existen muchas otras aproximaciones en torno a esta metodología que podrían aplicarse al aula universitaria y que se centran en las actividades relacionadas con la enseñanza que fomentan el aprendizaje: Prepararse para enseñar, explicar algo a otros, ofrecer un *feedback*, responder a preguntas que se puedan plantear, etc. Autores como Fiorella y Mayer (2013: 282-283) afirman que se trata de la base de muchas prácticas de enseñanza como las que ofrecen a continuación:

Given learning by teaching is at the core of many popular educational practices, including small group discussions (e.g., Webb, 1982), reciprocal teaching (e.g., Palincsar & Brown, 1984), and cooperative learning environments (e.g., Slavin, 1983), it is important for research to identify which features of the teaching process contribute to learning.

Además, los autores plantean la necesidad de identificar todas estas actividades con el propósito de establecer los objetivos de aprendizaje.

En este sentido, y como soporte a esta metodología, Glasser (1998) muestra en su pirámide de aprendizaje los porcentajes de comprensión según la actividad que realizan:



Fuente: elaboración propia basada en Glasser (1998)

1.2.3. *Learning by playing*

En esta metodología, el juego es la base sobre la que se articula el aprendizaje. Se aprende jugando, algo que se observa desde la infancia. Zichermann y Cunningham (2011: 11) lo definen como “un proceso relacionado con el pensamiento del jugador y las técnicas del juego para atraer a los usuarios y resolver problemas”. Con esta metodología, se pretende llevar este hecho fundamental al aula con el objetivo de conseguir una mayor motivación en el alumno y fomentar el aprendizaje significativo. En la gamificación participan, además, otros elementos como el aprendizaje cooperativo y es muy necesaria la interacción con el estudiante. Díaz y Troyano (2013: 4) resumen los componentes que integran esta metodología:

- Niveles: El juego se encuentra estructurado en diversos niveles que facilitan la sensación de logro y aumentan la autoestima de los estudiantes cuando consiguen superar las distintas etapas.
- Retos: Se trata de los obstáculos con los que han de lidiar los estudiantes.

- Logros: Suponen la superación de los retos impuestos o de los niveles establecidos y consiguen una motivación y la sensación de valía que permite al niño permanecer en el juego.
- *Feedback*: Suponen la consideración del logro por parte de un agente externo y ayuda al reconocimiento personal y social. También se plantean los errores realizados durante la superación de los retos y que sirven al alumno para aprender o completar el aprendizaje.
- Bienes virtuales: son las recompensas o premios recibidos al conseguir avanzar de nivel o superar un reto.

Además de estos parámetros, Foncubierta incluye el tiempo (s.f., p. 3), ya que hace que el estudiante mantenga “el estado de alerta y vaya perfeccionando aquellas habilidades cognitivas”. En nuestro caso, hemos observado cómo la gamificación no solo es fundamental en el aprendizaje de segundas lenguas, sino que se constituye como el mejor método de repaso o revisión de las unidades didácticas.

2. Grado de Traducción e Interpretación: Lengua CIII (Alemán)

2.1. Contextualización

La Universidad de Córdoba, implantó el título de *Graduado en Traducción e Interpretación* el curso académico 2010/2011 tras 5 años de andadura con la titulación de *Licenciado en Traducción e Interpretación* (Plan de estudios de 2005). Cuenta con una oferta de dos lenguas B (inglés y francés) y cinco lenguas C (alemán, árabe, francés, inglés e italiano). Las lenguas B se inician a partir de un nivel B2 aproximadamente y las lenguas C suelen comenzar con un nivel A1, por lo que no se requieren conocimientos previos por parte de los estudiantes.

La lengua alemana consta de 4 asignaturas básicas de 6 ECTS cada una, dos de ellas, CI y CII se imparten en el primer y segundo cuatrimestre del primer curso respectivamente y CIII y CIV se imparten en el segundo curso. La docencia de las dos primeras asignaturas está a cargo del Área de Filología Inglesa y Alemana, y la de las dos asignaturas de segundo, está a

cargo del Área de Traducción e Interpretación con el objetivo de aplicar los conocimientos de lengua al ámbito de la traducción en sí misma.

Hemos de señalar en este punto, que el número de estudiantes de alemán como lengua extranjera es creciente y suele oscilar entre los 50 y 100 estudiantes en el aula, lo que denota un interés significativo en esta lengua extranjera. Normalmente llegan sin conocimientos previos y tras un único curso académico familiarizándose con sus particularidades, por lo que, al llegar a la asignatura de Lengua CIII (Alemán), solemos iniciar con un repaso general y afianzando cuestiones gramaticales como: *Konjugation Präsens (regelmässige und unregelmässige Verben), Personal- und Possessivpronomen, bestimmter Artikel Unbestimmter Artikel I und II, trennbare und untrennbare Verben, starke Deklination und N-Deklination, Imperativ, Modalverben, Futur I, Präteritum, Perfekt.*

En nuestro proyecto de integración de las nuevas metodologías y tecnologías en el aula universitaria, hemos tenido que modificar, en primer lugar, la concepción del aula tradicional, por una más actual:



Fuente: <https://images.app.goo.gl/oEifKAedD6M2vrVF9> y <https://images.app.goo.gl/OuXh5YzqmMaby1WT9>

Si bien es cierto que la disposición de las aulas universitarias no nos permite mover el mobiliario, podemos reubicar a los alumnos en grupos de trabajo de 4 a 6 personas en función de las actividades que queramos plantear. Además de esta cuestión física de redistribución en el aula,

necesitamos tener una serie de herramientas para poder llevar a cabo esta transición metodológica: internet, plataformas de aprendizaje (la Universidad de Córdoba utiliza Moodle), dispositivos móviles o PCs para realizar el trabajo y Apps o webs que presentaremos con ejemplos prácticos de la asignatura a continuación.

2.2. Propuesta metodológica: Aplicación práctica de las metodologías docentes señaladas.

El uso de estas metodologías y tecnologías en la asignatura de Lengua CIII (alemán) se ha realizado en dos cursos consecutivos 2015/16 (con un total de 67 alumnos) y 2016/17 (con 45 alumnos) con resultados muy satisfactorios. Como es sabido, para poder implantar una nueva propuesta metodológica, debemos tener en cuenta distintos factores: los alumnos, los conocimientos del profesor, la asignatura o materia en sí y la institución en la que se enmarca.

En relación con los 112 alumnos que participaron en la nueva propuesta metodológica, la gran mayoría oscilan en edades comprendidas entre los 19 y 21 años, aunque también hay un porcentaje menor de estudiantes con edades superiores a los 25 años o alrededor de los 30, que provienen de otros grados o licenciaturas. En este sentido, y con respecto a las tecnologías, no encontramos problemas de adaptación a este nuevo sistema; sino que, por el contrario, observamos un mayor compromiso y entusiasmo en la asignatura. Igualmente percibimos que se trata de estudiantes con bagajes culturales con experiencias diferentes y, por ello, debemos atender a la diversidad de intereses y conocimientos que presentan tal y como indican Hargreaves, Earl et al. (2001).

En lo que respecta al profesor de la asignatura, para situarle en este nuevo contexto de enseñanza-aprendizaje, como bien indica Perrenoud (1990: 205), deberá modificar su rol:

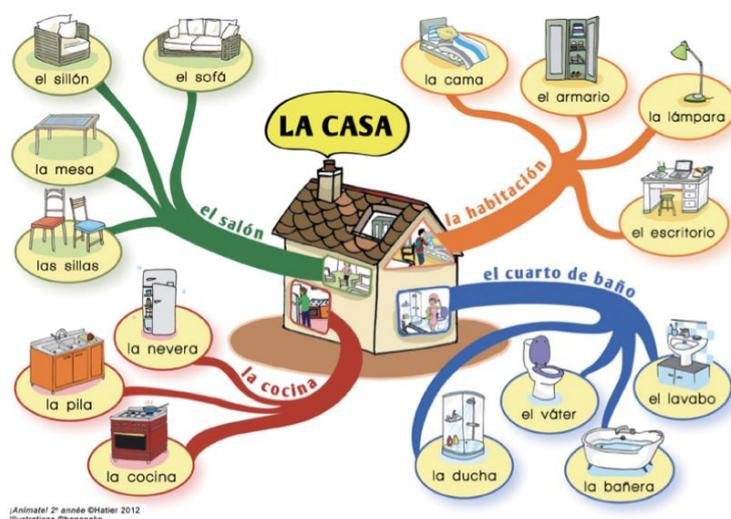
...de dispensador del saber, se convertiría en creador de situaciones de aprendizaje, en organizador del trabajo escolar. De la imagen de un saber transmitido a través del discurso magistral, pasamos a la imagen de un saber construido mediante una actividad disciplinada, un trabajo.

Con respecto a las metodologías docentes utilizadas en esta asignatura, destacaremos los resultados obtenidos con *Learnign by doing, learnign by teaching y learning by playing*.

2.2.1. Learning by doing y learning by teaching

En el caso de la primera metodología, hemos utilizado dos estrategias o métodos en nuestra propuesta docente: *PBL y Flipped Classroom*.

Con respecto a la primera y basándonos en los procesos cognitivos de Morales Bueno y Landa Fitzgerald (2004) para su planificación, en lo que respecta al primer principio, que indica que el aprendizaje es un proceso constructivo, el alumno deberá asociar los conceptos aprendidos en cuanto al vocabulario y la gramática en la unidad didáctica, para poder expresarse y dar su punto de vista sobre el tema planteado, en este ejemplo, *Mein Traumhaus*; lo que entronca con el segundo principio sobre la relevancia de lo que se aprende y su uso real. Con ello, el alumno toma decisiones y reflexiona sobre el problema planteado. En tercer lugar, y en relación con los factores externos y sociales, el estudiante realizará parte de los ejercicios planteados de forma colaborativa, por lo que tendrá que trabajar en equipo y exponer y debatir sobre sus opiniones y pensar en el público objetivo al que expondrá el resultado de su actividad. Con este planteamiento, se propone la actividad *Mein Traumhaus* y se pregunta “cómo sería la casa de sus sueños”. Para ello, el profesor enviará un vídeo a través de Moodle o *Edmodo* con anterioridad en el que se muestran y describen las partes de una vivienda en alemán, utilizando así la *Flipped Classroom*. En esta actividad, por una parte, los estudiantes tendrán que recopilar y analizar el vocabulario relacionado con la casa. Para ello, se les pide que trabajen en equipos de 4 personas de forma colaborativa y realicen una lluvia de ideas con la terminología propia del tema. Se propone que, para que utilicen las TIC, hagan uso de herramientas informáticas para crear un árbol terminológico. Se pone como ejemplo el siguiente árbol obtenido de Internet en español (se proyecta en clase y se sube a *Edmodo*) y se solicita que realicen uno similar en alemán. Para ello, pueden utilizar la aplicación gratuita *Popplet* o cualquier otra de las disponibles en Internet.



Fuente: <https://images.app.goo.gl/Vtfd5kTlOALHtMho8>

Una vez recopilada la terminología y fraseología relacionada con “la casa de sus sueños”, deberán preparar una presentación a la clase en la que muestren imágenes y exponer cómo sería la casa de sus sueños. Al mismo tiempo, todos los estudiantes deberán preparar preguntas sobre la vivienda en sí y el por qué de sus elecciones. Como podemos observar, se trata de una metodología mixta, puesto que también se utilizan otros métodos como el *Learning by teaching*. En esta parte de la actividad tienen distintas opciones en función de las destrezas y habilidades de los estudiantes. Se les enseña el funcionamiento de *Show me*, *Piccollage* o *Puppet Pals* para realizar sus exposiciones, aunque pueden utilizar igualmente otras herramientas como *Power point* o *Prezi*:



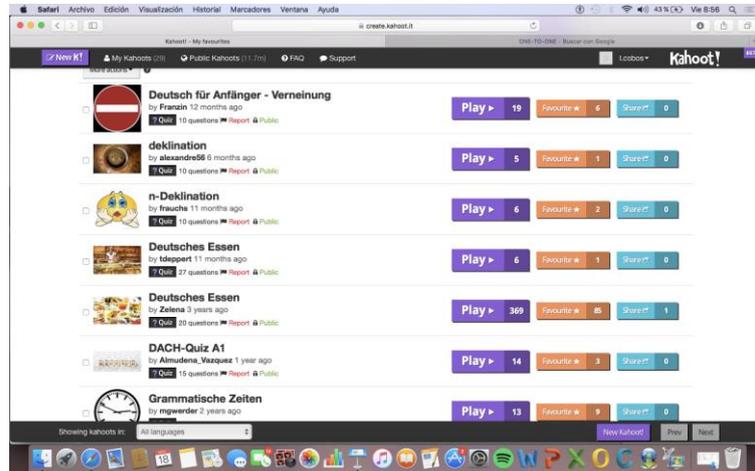
Fuente: Google Imágenes

Se trata de tres herramientas diferentes. La primera es una aplicación con la que podrán locutar una presentación en la que pueden insertar imágenes, texto y otros formatos y que da como resultado un vídeo que pueden entregar en la plataforma que utilizamos en la asignatura, en nuestro caso, Moodle, aunque también hemos utilizado iTunes-U o Edmodo con el mismo fin. La segunda es una web con la que pueden crear personajes y narrar experiencias, puede utilizarse desde cualquier ordenador y ofrecen sus explicaciones a través de un “teatro”. La tercera es una aplicación de fotografía en la que pueden insertar imágenes y texto y con la que pueden realizar su presentación de forma oral en el aula. Se trata de tres formas diferentes de enfocar la actividad y que eligen los propios estudiantes en función de sus preferencias. Esta libertad de elección fomenta su creatividad y motivación y se fundamenta en sus conocimientos previos.

Con este ejercicio, el alumno toma las riendas de su aprendizaje y el profesor le guía y ayuda en su proceso; trabajan de forma colaborativa y cooperativa, desarrollan destrezas propias de la asignatura y otras transversales y sociales. Se crea una discusión en el aula y fomenta el aprendizaje del grupo.

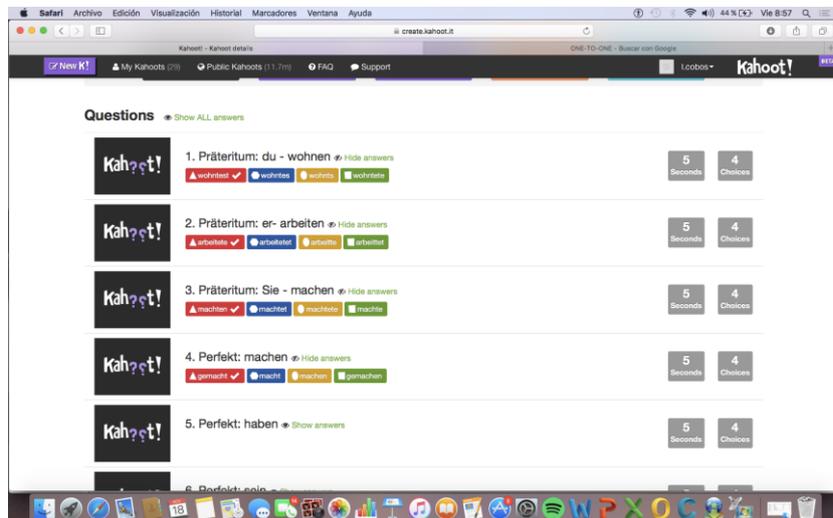
2.2.2. Learning by playing

Esta parte de la experiencia es quizás la que más disfrutan los estudiantes. El juego no tiene edad y a través del “repaso planificado” se divierten y asimilan los conocimientos aprendidos en el aula. La principal herramienta que hemos utilizado es *Kahoot*. Se trata de una herramienta muy intuitiva que el profesor puede utilizar para generar preguntas de distintos tipos ya sean, por ejemplo, de gramática, vocabulario, cultura, etc. y programar así la revisión de la unidad didáctica a través de dispositivos móviles. Pueden realizar esta actividad desde su propio teléfono.



Fuente: Kahoot propio

Esta herramienta, además de crear tus propios *kahoots*, te permite utilizar otros de la comunidad de aprendizaje tal cual o adaptados a tus necesidades. La fase de revisión de las unidades didácticas ha mejorado exponencialmente. Se muestra a continuación, un ejemplo de *kahoot* gramatical:



Fuente: Kahoot propio

2.2.3. Otras herramientas utilizadas en la experiencia

Además de las metodologías y herramientas propuestas, nos gustaría mencionar otras de las que hemos utilizado en nuestra propuesta didáctica. Como indicábamos al inicio, se trata de metodologías mixtas que podemos combinar en función de los objetivos de aprendizaje.



Fuente: Google Imágenes

Edmodo es una red social “cerrada” en la que creamos nuestra clase y no compartimos información con otras comunidades de aprendizaje. La crea y modera el profesor y la utilizamos como recurso para compartir dudas en torno a la asignatura o para compartir materiales de forma inmediata. Así, tanto los alumnos como el profesor pueden plantear dudas en los foros y se resuelven de forma colaborativa.



Fuente: Google Imágenes

Esta aplicación la utilizamos para trabajar el vocabulario de forma autónoma. El estudiante puede crear sus fichas de vocabulario y la propia

aplicación genera juegos (fichas por ejemplo) para aprender jugando. Tiene la versión del estudiante y del profesor para que podamos guiar o planificar su uso y ver los resultados que obtienen.

Además de estas aplicaciones, existen algunas propias de *DAF*, alemán como lengua extranjera y que también utilizamos para el aprendizaje autónomo o para ejercicios de clase. A continuación, se muestran algunas de ellas que son muy populares entre los estudiantes:



Fuente: Google Imágenes

Las dos primeras son aplicaciones para aprender vocabulario y la tercera es una página de *Facebook* en la que existen, a disposición de sus seguidores, gran cantidad de recursos como infografías sobre gramática, vocabulario, fraseología, páginas con ejercicios prácticos, recomendaciones, etc. Así, el estudiante puede acceder a su contenido a través de la red social que utiliza a diario.

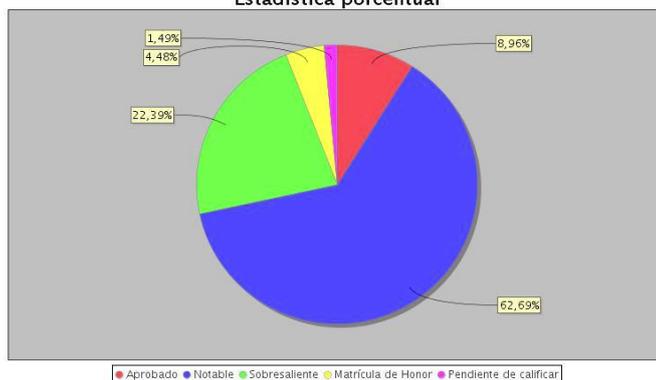
3. Resultados

En el presente trabajo hemos presentado una experiencia basada en una propuesta docente integrada en la asignatura de Lengua C (Alemán) del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba durante dos años consecutivos. Ha sido una experiencia muy enriquecedora en todos los sentidos, tanto para el profesor de la asignatura, que se ha alejado del libro de texto y ha acercado la enseñanza de la lengua en su contexto real, el del hablante y su vida diaria, y para los estudiantes, que han obtenido una mayor motivación y rendimiento. Los resultados en las calificaciones de los estudiantes muestran lo reseñado.

En el curso 2015/2016 la asignatura de Lengua CIII (Alemán) impartida en el primer cuatrimestre, tuvo 67 alumnos y sus calificaciones en primera convocatoria se desglosan de la siguiente manera:

Calificaciones	Alumnos	Porcentaje
Aprobado	6	8,96%
Notable	42	62,69%
Sobresaliente	15	22,39%
Matrícula de Honor	3	4,48%
No Presentado	1	1,49%

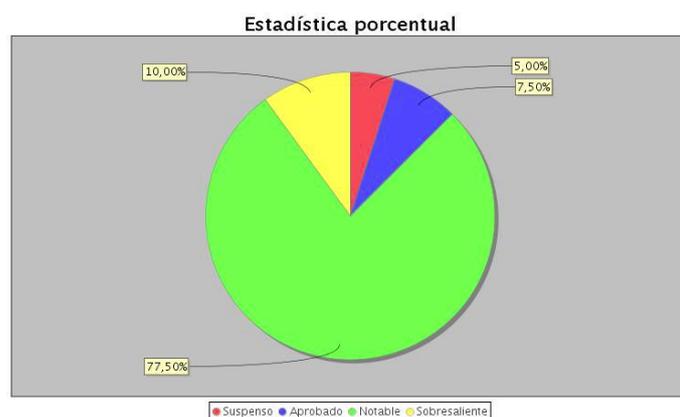
Estadística porcentual



Fuente: Elaboración propia a raíz de las calificaciones obtenidas.

En el curso 2016/2017 la asignatura de Lengua CIII (Alemán) impartida en el primer cuatrimestre, tuvo 40 alumnos y sus calificaciones en primera convocatoria se desglosan de la siguiente manera:

Calificaciones	Alumnos	Porcentaje
Aprobado	3	7,5%
Notable	31	77,5%
Sobresaliente	4	10%
Suspenseo	2	5%
No Presentado	0	0%



Fuente: Elaboración propia a raíz de las calificaciones obtenidas.

Como podemos observar, el porcentaje de alumnos aprobados es superior al 90% en ambos casos, y las calificaciones obtenidas, en su mayoría corresponden al sobresaliente y al notable. Con ello, podemos afirmar que la propuesta metodológica ha cumplido con sus expectativas.

Conclusiones

Una vez revisada brevemente la bibliografía existente en torno a la enseñanza mixta y analizados los recursos para implantarla en el aula universitaria, consideramos que sí es posible su inclusión en la asignatura de Lengua C (Alemán) del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad de Córdoba.

A la vista de los resultados obtenidos, apreciamos que el aprendizaje de los estudiantes de dicha asignatura ha mejorado significativamente y, además, ha sido más motivador y creativo, por lo que proponemos la inclusión de dichas metodologías y tecnologías en otras asignaturas de enseñanza de lenguas extranjeras del mismo grado.

Hemos comprobado cómo la enseñanza de lenguas se puede beneficiar especialmente de todos estos cambios metodológicos y cómo el poner el foco de la enseñanza-aprendizaje ayuda a que los estudiantes asuman en mayor y mejor grado su responsabilidad activa en el proceso.

Además de las metodologías y acciones descritas en el presente trabajo, hemos aplicado igualmente otras como las rúbricas de evaluación y la autoevaluación por parte del alumno en base a dichas rúbricas, que han mejorado la comprensión del sistema de evaluación, y por tanto, de su aprendizaje en sí.

Consideramos que el *Blended Learning* o *Mobile Learning* es una realidad que debe de existir en las aulas universitarias y en la que el profesorado deberá formarse para poder adaptarse a las nuevas necesidades del Espacio de Educación Superior.

Referencias bibliográficas

- Araujo, U.F. y Sastre, G. (2008). *El Aprendizaje Basado en Problemas. Una nueva perspectiva de la enseñanza en la Universidad*. Barcelona: Gedisa, 2008.
- Barrows, H. S. (1986). "A Taxonomy of problem-based learning methods". En: *Medical Education*, nº 20(6).
- Bonk, C. J. & Graham, C. R. (2006). *The handbook of blended learning*. Pfeiffer: San Francisco.
- Díaz Cruzado, J. & Troyano Rodríguez, Y. (2013). *El potencial de la gamificación aplicado al ámbito educativo*. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://goo.gl/BkSszV>
- Foncubierta, J. M. (s.f). *Gamificación y aprendizaje de segundas lenguas*. Edinumen. Recuperado de <https://goo.gl/DAoom9>
- Glasser, W. (1998). *Choice Theory*. Happer Collins, New York, NY.
- Llorente, C; Bartolomé, A. y Viñarás, M. (2013). "Implementación del aprendizaje basado en problemas (ABP) y el learning by doing en el

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas para la adquisición de competencias” En: Historia y Comunicación Social, vol. 18, pp. 639-650.

Margalef García, L. (2005). Innovar desde dentro: transformar la enseñanza más allá de la convergencia europea. Revista Iberoamericana de Educación, Vol. 37 (3), pp. 1-12. <http://rieoei.org/deloslectores/1124Garcia.pdf>

Martínez Aldanondo, J. (2006) “Contenidos en e-learning: El rey sin corona (por ahora)”. En www.uoc.edu, FUOC. p. 1-13. Recuperado [15-10-2013] de <http://www.uoc.edu/dt/20126/20126.pdf>

Perrenoud, P. (1990). La construcción del éxito y del fracaso escolar. Madrid: Morata.

Imágenes de Google Imágenes referenciadas en las fotos.

Aplicaciones y webs:

Duolingo: <https://es.duolingo.com/course/de/es/Aprender-alemán>

Edmodo: <https://new.edmodo.com>

Ich liebe Deutsch (Facebook): <https://www.facebook.com/DeutschSeite/>

Kahoot: <https://create.kahoot.it/auth/login> (para el profesor),
<https://kahoot.it> (para el estudiante)

Lernkarten (Heuber): <https://apps.apple.com/de/app/lernspiele-fur-kinder-deutsch/id599910325>

PicCollage: <https://piccollage.com>

Puppet Pals: <https://apps.apple.com/es/app/puppet-pals-hd/id342076546>

Socrative: <https://www.socrative.com>

Show me: <https://www.showme.com>

TURISMO Y TRADUCCIÓN GASTRONÓMICA: ESTUDIO DE LAS CARTAS DEL RESTAURANTE CORDOBÉS NOOR (ESPAÑOL-FRANCÉS)

SABAH EL HERCH MOUMNI
Universidad de Córdoba
z72eels@uco.es

Fecha de recepción: 27.10.2017

Fecha de aceptación: 30.11.2017

Resumen: En la actualidad el turismo gastronómico se está consolidando como un negocio emergente que atrae a millones de turistas. A menudo, estos turistas buscan restaurantes que ofrezcan una experiencia gastronómica diferenciada. Entre estos restaurantes encontramos Noor Restaurant, el proyecto del chef Paco Morales, que ofrece a sus comensales una cocina de vanguardia inspirada en diferentes siglos de al-Ándalus. De esta manera, se adentra en un terreno de interculturalidad que se verá reflejado en sus cartas. Por este motivo, en el presente trabajo pretendemos ofrecer, en primer lugar, una aproximación al turismo gastronómico para, posteriormente, presentar un estudio de los culturemas que encontramos en dichas cartas.

Palabras clave: Noor Restaurant, Córdoba, al-Ándalus, turismo gastronómico, terminología gastronómica, traducción agroalimentaria, culturemas.

Abstract: Nowadays, gastronomic tourism is increasing as an emerging business, attracting millions of tourists. These tourists often seek for an innovative gastronomic experience. And we found Noor Restaurant, Paco Morales' project, amongst the restaurants that offer an unique culinary experience. Noor offers an avant-garde cuisine inspired by different centuries of Al-Andalus. In this way, Noor's immerse itself into a cultural domain that will be reflected in its menus. For this reason, this work aims, first, to do an approach to gastronomic tourism and, subsequently, a study of the culturemes that could be found in these menus.

Keywords: Noor Restaurant, Cordoba, Al-Andalus, gastronomic tourism, gastronomic terminology, agri-food translation, tourist translation, culturemes.

Introducción

La gastronomía de un país es el reflejo de una sociedad, de su cultura, sus creencias y sus costumbres. Asimismo, representa el resultado de la convivencia entre las diferentes civilizaciones que se han ido conformando y sucediendo a lo largo de los siglos. Por lo tanto, la gastronomía actual de un pueblo evidencia el desarrollo y la capacidad creadora de dichas civilizaciones. Como resultado de ello, no es de extrañar que la terminología gastronómica que encontramos en la actualidad posea su propia historia.

El traductor que se enfrente a textos gastronómicos ha de tener en cuenta la implicación lingüística e intercultural que conllevan, ya que solo de este modo podrá trasladar de forma acertada el contenido de una lengua origen a una lengua meta.

Partiendo de estos presupuestos, pretendemos, tras presentar un breve acercamiento al sector turístico en España, y al auge del turismo gastronómico en particular, exponer la traducción al francés de una serie de preparaciones culinarias del restaurante cordobés Noor, el cual obtuvo dos estrellas Michelin gracias a su propuesta de rescatar la cocina de la Córdoba califal. Del mismo modo, realizaremos un estudio de los culturemas presentes en dichas preparaciones, pues servirá para el entendimiento del plato en su totalidad. El presente trabajo pretende sentar las bases para un estudio más amplio y detallado de este tipo de culturemas gastronómicos.

Asimismo, este estudio se realizará partiendo de la siguiente hipótesis: los culturemas se utilizan en la carta de Noor Restaurant como un instrumento de exotismo, exclusividad y distinción, que servirá para la creación de una identidad propia del restaurante.

1. El sector turístico en España

El turismo se ha convertido en las últimas décadas en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo y es, además, un sector en auge en España. A pesar de haber sufrido un declive en 2009 debido a la crisis económica global, en 2010 se recuperó rápidamente y continúa creciendo en la actualidad.

El auge del que goza este sector se puede observar en las cifras que ofrece el Instituto Nacional de Estadística, según las cuales España recibió 75,3 millones de turistas extranjeros en 2016, convirtiéndose así en un sector clave para la economía española.

2. El turismo gastronómico

El turismo gastronómico se ha convertido en un negocio cada vez más prometedor atrayendo a un gran número de viajeros, tanto nacionales como internacionales, que conciben la gastronomía como un interés turístico.

De hecho, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ya señalaba en el *Global Report on Food Tourism* el estrecho vínculo existente entre el turismo y la gastronomía. Esto se debe a que, a menudo, las actividades que llevan a cabo los turistas giran en torno a degustar la gastronomía del lugar visitado.

2.1. Las motivaciones del turismo gastronómico

Por lo general, las actividades que impulsan al turista a realizar un viaje suelen ser diversas: visitar monumentos, lugares históricos, entre otros muchos. No obstante, si nos situamos en el turismo gastronómico, habría que distinguir, tal y como lo hace Torres Bernier (2003: 305), entre los turistas que «se alimentan» y los que «buscan comida». Los primeros no conciben la gastronomía como un factor decisivo para llevar a cabo el viaje y, por ello, lo colocan en un rango de menor importancia. Por otro lado, frente a este tipo de turista encontramos a aquellos para quienes la gastronomía de un lugar es el principal atractivo para realizar el viaje. Sirviendo como ejemplo de estos últimos encontramos los clientes del Noor Restaurant, quienes hacen sus reservas con meses de antelación y vienen a Córdoba con el único objetivo de disfrutar de una experiencia gastronómica novedosa y diferenciada.

Del mismo modo, creemos necesario considerar la distinción que realiza Fields (2002: 37- 40) sobre las cuatro motivaciones gastronómicas que llevan al turista a viajar y que son esenciales para comprender el turismo gastronómico en sí. Estas motivaciones son las siguientes:

- En primer lugar, Fields señala las motivaciones físicas. Éstas se relacionan con el hecho de concebir la comida como un acto natural para el ser humano y, por lo tanto, están sujetas a necesidades que no son satisfechas en el día a día como, por ejemplo, probar nuevas comidas.
- En segundo lugar, encontramos las motivaciones culturales. En este caso, la gastronomía se percibe como un factor clave para conocer la cultura y la sociedad del lugar visitado. Por este motivo, el turista busca conocer lo auténtico de la cultura del

lugar a través de su gastronomía. Este tipo de experiencia se complementa con, por ejemplo, la compra de productos alimentarios típicos.

- En tercer lugar, se establecen las motivaciones interpersonales. Estas motivaciones aluden al hecho de que, normalmente, la mayoría de las personas realizan viajes en grupo, por ello, la gastronomía cumple una función de socialización.
- Por último, cabe destacar aquellas motivaciones que vinculan el paladar con el estatus y el prestigio. De este modo, el turista buscará una separación del «turismo masivo» y será importante para él los restaurantes que, generalmente, son recomendados por guías como, por ejemplo, la Guía Michelin. Esto se debe a que dichos restaurantes garantizan calidad y están asociados a personas de «determinada posición».

3. La noción de culturema

Los traductores se enfrentan constantemente a grandes desafíos traductológicos donde los culturemas entrañan, en muchas ocasiones, la mayor dificultad. Estos culturemas o elementos culturales acentúan esta dificultad, tanto por su carácter tradicional como por el vínculo que poseen con la cultura de la que proceden.

El artículo de Nida (1945) *Linguistic and Ethnology in Translation Problems* marcará el inicio del estudio de los elementos culturales como uno de los problemas clave de la traducción. Además, este autor distingue cinco ámbitos en los que se pueden producir implicaciones culturales y, por lo tanto, retos traductológicos: ecología; cultura material; cultura social; cultura religiosa; cultura lingüística.

El estudio de los culturemas, a raíz del artículo de Nida, ha sido abordado por diversos autores que han dado lugar a grandes aportaciones en torno a este campo tan complejo.

Precisamente por la complejidad que supone el término de «culturema», creemos fundamental mencionar la definición que realiza Molina Martínez (2001: 89) del mismo ya que es considerada, por diversos autores, como una de las más completas:

Entendemos por culturema un elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en

una cultura y que, al entrar en contacto con otra cultura, puede provocar una transferencia nula o distinta al original (Molina Martínez 2001: 89).

Prueba de dicha complejidad es la dificultad de traducción que suponen estos culturemas. Por este motivo, Hurtado Albir (2001: 614-615) mencionaba seis elementos que condicionan la traducción de estos culturemas, a saber: «el contacto entre las dos culturas, el género textual en que se inserta, la función del culturema en el TO, la naturaleza del culturema, las características del destinatario y la finalidad de la traducción». Por consiguiente, esto no hace sino corroborar, tal y como hace la autora, que no existen soluciones unívocas para la traducción de los culturemas, sino que se baraja un abanico de posibilidades que atenderán a diferentes factores concernientes a la traducción. Hurtado Albir (*ibid.*: 615).

Por otro lado, el traductor ha de ser consciente de que los culturemas no se limitan únicamente a la terminología, sino que engloban una serie de aspectos como pueden ser las preferencias en cuanto a gusto por una sociedad frente a otra, por ejemplo, es bien sabida la preferencia que se tienen algunas culturas por los sabores dulces o agridulces. Por esta razón, a la hora de traducir un texto gastronómico, el traductor ha de ser consciente de la receptividad o choque cultural que pueda entrañar su traducción.

4. Alta cocina andalusí: propuesta de traducción y estudio de culturemas

En Noor Restaurant se emprende un viaje histórico en el que la cocina árabe será el elemento catalizador para recuperar la cocina hispanomusulmana. Esto nos adentra en un ambiente de interculturalidad en el que el papel del traductor será mucho más evidente. En el caso de Noor, la carta redactada en español incluye transcripciones del árabe que hacen referencia a diferentes preparaciones culinarias propias del siglo X de al-Ándalus. Por lo general, al enfrentarnos a la traducción de textos cuyas culturas y lenguas son tan diferentes, como pasa con el árabe (lengua semítica) y el español y el francés (lenguas romances), el traductor debe tomar el papel de mediador cultural por el alto contenido de culturemas con los que deba lidiar.

Antes de exponer las propuestas de traducción y el estudio de culturemas, creemos básico considerar una serie de aspectos que, además de los anteriormente mencionados, influirán de manera directa en la traducción final de las preparaciones que figuran en la carta de Noor Restaurant.

La carta de la que hemos extraído las preparaciones culinarias abajo mencionadas se creó tomando como inspiración la cocina andalusí del siglo X. Por lo tanto, el traductor ha de ser consciente de que solo una documentación exhaustiva le permitirá adentrarse en dicho siglo califal y, por consiguiente, en las peculiaridades alimentarias presentes en el mismo. Aspectos como la inexistencia del cacao o el tomate en este contexto histórico, nos hará entender la naturaleza misma del restaurante y, por lo tanto, llevar a cabo una traducción más rigurosa.

Cuando nos enfrentamos a este tipo de textos, los términos «domesticación» y «extranjerización», presentados por Venuti (1995:20), toman un papel imprescindible para el desarrollo de nuestro trabajo. Mientras que la «extranjerización» está orientada por la cultura de la lengua de origen, en la «domesticación» se produciría el caso contrario: el traductor debe minimizar las extrañezas del texto origen para el receptor. En nuestra traducción, como es lógico, optamos por la «extranjerización» ya que el factor del exotismo representa en sí mismo la esencia del texto y es, además, uno de los «elementos» que diferencia al restaurante. No conservar en la traducción meta el exotismo que se pretende en el texto origen sería perder el trabajo de fondo realizado por historiadores, investigadores y traductores de Noor.

Otro de los factores en el que hemos hecho hincapié a la hora de realizar la traducción es la concepción de la carta de este restaurante como un elemento sugestivo. Normalmente, es cierto que las traducciones de las cartas se realizan para mostrar al comensal la preparación que va a consumir; sin embargo, hay un gran número de restaurantes, como Noor Restaurant, que no pretende exponer la totalidad del plato, sino que evocar diferentes sensaciones e, incluso, «seducir» al comensal. No obstante, esto no excluye el hecho de que los culturemas requieran de una explicación una vez el comensal visualice la preparación gastronómica, ya que solo de esta manera entenderá el plato en su conjunto. En este caso, el traductor debe hacer uso de determinadas técnicas de traducción —en nuestro caso principalmente la descripción— para descubrir el plato al comensal. Estas descripciones en ningún momento aparecerán en la carta, sino que el camarero será el encargado exponerlas ante el comensal; así como explicar el plato en su totalidad haciéndose el portavoz del traductor, el historiador y el documentalista.

Por otro lado, el hecho de hacer al comensal partícipe de una experiencia culinaria, cultural e histórica nos sitúa en un contexto de «exclusividad» que el traductor deberá tener en cuenta a la hora de realizar la traducción.

Finalizada esta introducción, presentaremos, a continuación, la traducción inversa español-francés de cuatro preparaciones culinarias que hemos considerado pertinentes, además de ofrecer un estudio descriptivo de los culturemas presentes en las mismas:

Ejemplo 1	
Denominación del plato	<i>Mirkas</i> de perdiz con escabeche de rosas
Traducción al francés	<i>Mirkas</i> de perdrix avec l'escabèche des roses

Este primer plato es uno de los aperitivos que se presentan en la carta de Noor. Destaca el contraste entre la rosa y el *mirkās* de perdiz, este último en forma de albóndiga.

El término *mirqās* o *mirkās* es el primer elemento que atrae nuestra atención, como hispanohablantes, al leer la denominación del plato. García Sánchez (1986: 257) define esta preparación culinaria andalusí como una «especie de embutido o longaniza, a base de carne picada mezclada con mucha grasa y especias; una vez mezclados bien todos los ingredientes, se metían en una tripa y se freían». Asimismo, esta autora (*ibíd.*) añade que se encuentran numerosas referencias a este tipo de embutido en obras andalusíes, indicando así el afán que había por esta preparación.

Actualmente, el *mirqās* se sigue preparando en los países del norte de África, especialmente en Túnez y Argelia, tal y como lo exponían las recetas medievales. Es más, esta receta también goza de gran popularidad en países europeos como Francia y Bélgica, donde encontramos un gran número de población procedente del Magreb.

En Noor Restaurant se conserva esta preparación medieval, pero podemos observar cómo el *mirqās* toma otra forma, la de una albóndiga.

En segundo lugar, encontramos el «escabeche¹». A simple vista, se nos podría escapar la importancia que tenía esta preparación gastronómica en al-

¹Etimología de este término disponible en: <http://dle.rae.es/?id=G5Ltbth>.

Ándalus, siendo una de las formas más utilizadas para conservar los alimentos, sin obviar, además, que el término etimológicamente encuentra sus orígenes en el árabe y en el persa.

Ejemplo 2	
Denominación del plato	Puerta del perdón, arenque ahumado y limón quemado
Traducción al francés	Porte du Pardon, hareng fumé et citron brûlé

Este plato es un claro homenaje a la puerta principal de la Mezquita-Catedral de Córdoba. Dicho homenaje queda reflejado a través de los detalles ornamentales presentes en el crujiente que constituirá la base de esta preparación y que llevará por nombre: «Puerta del Perdón». A este crujiente acompañan, en su parte superior, diversos ingredientes.

Por otro lado, el segundo elemento que queremos destacar es la presencia, nada trivial, del limón en esta preparación, ya que si nos remontamos a la historia veremos que fueron los árabes quienes introdujeron el cultivo de cítricos en al-Ándalus.

Ejemplo 3	
Denominación del plato	<i>Karim</i> , melón de otoño, erizo del Sáhara y orégano fresco
Traducción al francés	<i>Karim</i> , melon d'automne, hérisson du Sahara et origan frais

Este tercer plato está formado por una base de crema (*karīm*) de piñones tostados a la que se le añade otras elaboraciones culinarias que realzan su textura y sabor.

El término que más destaca en la denominación de este plato es *karīm*, transcripción del árabe que puede significar a la vez «crema» y «generoso». El juego de palabras que se pretende con este término («generoso de piñones» o «crema de piñones») deja entrever, por un lado, uno de los elementos que definen por excelencia la cultura árabe y que en Noor se desea destacar: la generosidad.

Por otro lado, destacamos la peculiar colocación «erizo del Sáhara» que hace referencia a un tipo de cereal llamado teff, cultivado principalmente en los países del Cuerno de África. Este cereal, al cocerse, aporta al plato una textura singular parecida a aquella de las huevas.

Ejemplo 4	
Denominación del plato	<i>Furniyya</i> de algarroba y su corteza
Traducción al francés	<i>Furniyya</i> de caroube et son écorce

Este último plato, cuyo ingrediente principal es la algarroba, es uno de los postres del restaurante. Se trata de un bizcocho horneado de algarroba al que se le añaden otras preparaciones culinarias. En el siglo X de al-Ándalus aún no se había descubierto el cacao; sin embargo, el uso de la algarroba era bastante usual, y de ello queda constancia en las obras de diferentes médicos como Abulcasis o al-Rāzī, quienes le atribuían propiedades medicinales.

El primer término que resaltamos por su peculiaridad es *furniyya*. Esta preparación se remonta al siglo X, apareciendo reflejada en el *Tratado de cocina* de Ibn Sayyār al-Warrāq, editado en Helsinki en 1987 de la mano de Kaj Öhrnberg y Sahban Mroueh, y traducido al inglés por Nawal Nasrallah en 2007. En esta obra, la *furniyya* se describe como una especie de bizcocho al horno, denso, redondo y abovedado en el centro. De hecho, la raíz de este término proviene del árabe *furn* que significa «horno», haciendo referencia al modo de cocción de dicha elaboración.

El traductor ha de tener en cuenta que, en la actualidad, como es lógico, no es usual encontrarse este término gastronómico en el mundo árabe con la misma concepción que se tenía de él en el siglo X, sino que la imagen mental que le producirá al comensal que conozca la lengua árabe será general, ya que podrá entender el término como una simple preparación realizada al horno.

Conclusiones

Una vez finalizada la traducción y el estudio anterior, extraemos las siguientes conclusiones:

1. En primer lugar, vemos reflejada la clara necesidad de un traductor, investigador e historiador en la creación misma de las cartas del restaurante Noor. Estos profesionales desempeñarán un papel clave de documentación, localización, transmisión y mediación.
2. Por otro lado, hemos constatado que la presencia de culturemas en las cartas de Noor Restaurant es prácticamente natural. Por ende, el traductor debe realizar una traducción conforme al objetivo del texto origen, es decir, conservando ese exotismo que se pretende mediante el uso de los culturemas que, además, otorgan distinción y exclusividad a este restaurante. Esta presencia natural de elementos culturales afirmaría y reforzaría la hipótesis de la que partíamos.
3. Asimismo, el traductor que se enfrenta a este tipo de cartas de restaurante, donde la historia cobra tanta relevancia, es primordial situarse en el contexto histórico del que es objeto la carta, en nuestro caso el siglo X de al-Ándalus. Esta inmersión histórica y cultural solo será posible mediante una exhaustiva documentación.
4. Finalmente, queremos hacer hincapié en la importancia de que el traductor posea una competencia lingüística óptima, sobre todo, si hablamos de traducciones inversas.

Referencias bibliográficas

- FIELDS, K. (2002): «Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors». *Tourism and gastronomy*, pp. 30-50.
- GARCÍA SÁNCHEZ, E. (1996): «La alimentación en la Andalucía islámica. Estudio histórico y Bromatológico. II: Carne, pescado, huevos, leche y productos lácteos». *CSIC Andalucía Islámica. Textos y Estudios*, IV-V, pp. 237-278. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10261/25340>
- HURTADO ALBIR, A. (2001): *Traducción y traductología: Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2017): «España recibe 4,0 millones de turistas internacionales en diciembre, un 13,3% más que en el mismo mes de 2015» [en línea] 31 de enero de 2017 [ref. 20 de

- septiembre de 2017]. Disponible en Web: <<http://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1216.pdf>>
- LUQUE NADAL, L. (2009): «Los culturemas: ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?». *LanguageDesign*, 11, pp. 93-120. Disponible en: http://elies.rediris.es/Language_Design/LD11/LD11-05-Lucia.pdf
- MOLINA MARTÍNEZ, L. (2001): *Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas árabe-español* [en línea] septiembre de 2001 [ref. de 26 de julio de 2017] Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en Web: <<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5263/lmm1de1.pdf?sequence=1>>
- NASRALLAH, N. (2007): *Annals of the Caliphs' Kitchens ibn Sayyar al-Warraq's Tenth Century Baghdadi Cookbook*. Leiden: Brill.
- NIDA, E. A. (1945): «Linguistics and Ethnology in Translation Problems», *Word*, 2, 194-208.
- OLIVEIRA, S. (2007): «La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada-Portugal». *SciELO*, 3, pp. 261-280. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>
- OLIVEIRA, S. (2011): «La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino». *SciELO*, 20, pp. 738-752. Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v20n3/v20n3a12.pdf>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2012): «Global Report on Food Tourism» [en línea] 2012 [ref. 13 de septiembre de 2017]. Disponible en Web: <<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf>>
- TORRES BERNIER, E. (2003): «Del turista que se alimenta al que busca comida. Reflexiones sobre las relaciones entre gastronomía y turismo». *CIET Gastronomía y Turismo*, 2, pp. 305-316.
- VENUTI, L. (1995): *The translator's invisibility: a history of translation*. Londres: Routledge.

EL BREXIT: UNA APROXIMACIÓN A SU TERMINOLOGÍA EN LA PRENSA ALEMANA Y ESPAÑOLA

ALBA MONTES SÁNCHEZ
Universidad de Córdoba
l32mosaa@uco.es

Fecha de recepción: 13.11.2017
Fecha de aceptación: 27.12.2017

Resumen: En la actualidad, la salida del Reino Unido de la Unión Europea conocida como "brexit" es una cuestión que ha sembrado la incertidumbre en las relaciones internacionales en su conjunto. Esta ruptura conlleva una serie de negociaciones entre dicho Estado miembro y la Unión Europea que podría desembocar en un proceso de salida "duro", es decir, sin acuerdo, lo que perjudicaría negativamente las relaciones entre ambos. Este acontecimiento histórico ha hecho que surjan nuevos términos, generalmente anglicismos, que han pasado a formar parte del día a día del ciudadano europeo. El presente estudio pretende realizar un estudio teórico y práctico sobre el tratamiento de la terminología empleada por la prensa alemana y española en este contexto. Con ello, se recogen textos de *Die Zeit* y *El Periódico* sobre el Brexit, con el objeto de analizar terminológicamente este término, así como aquellos juegos de palabras y construcciones entorno a él. Finalmente se expone una serie de reflexiones traductológicas y terminológicas sobre el empleo de este término por parte de los medios de comunicación.

Palabras clave: anglicismos, Brexit, terminología, juegos de palabras, prensa.

Abstract: Nowadays, the departure of the United Kingdom from the European Union known as "Brexit" is an issue that has sown uncertainty in international relations as a whole. This rupture entails a series of negotiations between said Member State and the European Union that could lead to a "hard" exit process, that is, a no-deal exit or an exit without an agreement, which would negatively damage relations between the two. This historical event has led to the emergence of new terms, generally Anglicisms, which have become part of the daily life of the European citizen. The present article aims to develop a theoretical and practical study on the treatment of the terminology used by the German and Spanish press in this context. Therefore, texts from *Die Zeit* and *El Periódico* on Brexit are collected, in order to analyze this term terminologically, as well as those word games and constructions around it. Finally, a series of translation and terminological reflections on the use of this term by the media are exposed.

Keywords: Anglicisms, Brexit, terminology, word games, press.

1. Introducción

La pluralidad de culturas, creencias, costumbres, tradiciones y lenguas recogidas en la Unión Europea son la esencia del concepto “la unidad en la diversidad”, emblema europeo. Esto queda evidenciado en el artículo 22 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, donde se establece que la Unión Europea tolera, acepta y respeta la diversidad cultural, lingüística y religiosa y en el artículo 21, en el cual se prohíbe la discriminación por diversas razones, entre las que se incluye la lengua.

Recientemente, el auge de conceptos como el “euroescepticismo” o la “eurofobia” hacen tambalear el emblema europeo. El euroescepticismo es, según la RAE, “la desconfianza hacia los proyectos políticos de la Unión Europea”, aunque también puede ser entendido como un movimiento político y social fundamentado en el rechazo de los ciudadanos a la comunidad europea. Asimismo, la eurofobia hace referencia a la aversión o el rechazo a todo aquello que esté relacionado con la Unión Europea, bien sea una actitud de odio, aversión, discriminación o agresión contra sus ciudadanos y su cultura o contra su propia moneda.

Las sociedades multiculturales plantean problemas que no tienen parangón en la historia. Deben encontrar la forma adecuada de reconciliar las legítimas demandas de unidad y diversidad y lograr la unidad política sin llegar a la uniformidad cultural. Deben ser inclusivistas sin ser asimilacionistas, cultivar entre sus ciudadanos un sentimiento común de pertenencia, respetando a la vez sus legítimas diferencias culturales y cuidar de las identidades culturales plurales sin debilitar la identidad compartida y preciosa de la ciudadanía. (cf. Parekh 2005: 502).

Como menciona Parekh (2005: 502), las sociedades multiculturales deben crear un sentimiento común de pertenencia entre sus ciudadanos, para lo que es preciso cuidar y respetar las identidades culturales de cada uno de los estados. Esta cuestión de identidad puede haber inferido en que el Brexit sea una realidad.

2. La ‘posverdad’ y su relación con el Brexit

El concepto de ‘posverdad’ se ha utilizado desde la década de 1990, pero no fue hasta el año 2016 cuando cobró especial relevancia. El Diccionario Oxford eligió “posverdad” como la palabra del año, principalmente por su presencia ese último año en dos acontecimientos históricos e internacionales de gran importancia: el Brexit y el triunfo de Donald Trump en las elecciones estadounidenses. De hecho, este vocablo que actúa como adjetivo para explicar una nueva forma de hacer política, aumentó su uso en 2016 un 2 000 % con respecto a 2015, haciendo coincidir su primer pico con el referendun en Reino Unido y, paralelamente, el segundo pico con las elecciones de Estados Unidos. Con ello, el 16 de noviembre de 2016 el catálogo de la lengua inglesa dio a conocer que la palabra del año (Word of the Year 2016) era posverdad o post-truth, y la define como "relativo a o denotando circunstancias en las que hechos objetivos son menos influyentes en la formación de la opinión pública que la apelación a la emoción y a la creencia personal".

Asimismo, el término ‘posverdad’ se asoció con un sustantivo específico en la frase "política de la posverdad", por lo que, según el Diccionario de Oxford, Como explica el Oxford Dictionary, el término posverdad no se refiere simplemente al tiempo que ha pasado después de un evento específico (posguerra o pospartida), sino que su significado es similar a “pertenecer a un tiempo en el cual el concepto especificado se ha vuelto insignificante o irrelevante”.

La victoria del Brexit se ha considerado la primera elección de la era de la posverdad, ya que se ha mentido al afirmar que Reino Unido aportó más dinero del que recibía de la UE cada semana. Igualmente, se manipuló otra información como que, coincidiendo con la ola de refugiados de 2015, cientos de refugiados que accedían a la UE por Turquía llegarían hasta Reino Unido. Estos engaños y el cuestionamiento de las voces de los expertos contribuyeron a la victoria del Brexit.

Ya en 2012 se habían acuñado palabras como Grexit para hacer referencia a la salida de Grecia de la Unión Europea, pero finalmente Reino Unido se ha convertido en el primer Estado miembro en salir de la UE desde su creación. Sin embargo, este proceso carecía de un plan estudiado para abordar la salida de la UE, lo que hizo destapó un entramado de falsedades que los promotores del Brexit difundieron entre la ciudadanía británica.

Tres fueron los factores fundamentales que se evidenciaron tras el referéndum: el tipo de campaña que los simpatizantes del Brexit levantaron, la pérdida de conexión de los gobernantes con la ciudadanía y el manejo que tuvieron los medios de comunicación entorno al referéndum. En este sentido, en el presente estudio hacemos especial énfasis en que los medios de comunicación que cubrieron la campaña del Brexit lo hicieron de manera muy superficial. De hecho, de acuerdo con Harding (2017), a los medios británicos les resultó más fácil exponer verdades a medias y mentiras, de lo que surgió una industria que creaba historias en la UE. Además, se acusó a grandes periódicos ingleses como el *Daily Telegraph*, el *Daily Express*, *The Sun* o a la *BBC* de difundir información negativa sobre la Unión Europea.

A continuación se puede observar la postura de los principales periódicos británicos frente al referéndum, lo que denota lo explicado con anterioridad:

PERIÓDICO	CATEGORÍA	ORIENTACIÓN POLÍTICA	CIRCULACIÓN	POSTURA REFERENDUM
Daily Mail	Mid-Market	Centro-Derecha	1,545,473	BREXIT
Daily Express	Mid-Market	Derecha, anti UE	419,328	BREXIT
Sunday Express	Mid-Market	Derecha, anti UE	365,071	BREXIT
The Daily Telegraph	Broadsheet	Conservador (C-D)	498,474	BREXIT
The Sunday Telegraph	Broadsheet	Conservador (C-D)	370,579	BREXIT
The Sun	Red Top	Conservador (C-D)	1,716,361	BREXIT
The Sun on Sunday	Red Top	Conservador (C-D)	1,413,493	BREXIT
The Sunday Times	Broadsheet	Conservador (C-D)	797,280	BREXIT
Daily Star	Red Top	Populista (C-D)	513,233	Neutral
Daily Star - Sunday	Red Top	Populista (C-D)	316,224	Neutral
i	Broadsheet	Liberal, Centro	284,434	Neutral
Sunday People	Red Top	Populista (C-I)	272,019	Neutral
Daily Mirror	Red Top	Populista (C-I)	785,717	BREMAIN
Sunday Mirror	Red Top	Populista (C-I)	709,495	BREMAIN
The Mail on Sunday	Mid-Market	Centro-Derecha	1,374,864	BREMAIN
The Observer	Broadsheet	Centro-Izquierda	194,054	BREMAIN
The Times	Broadsheet	Conservador (C-D)	436,692	BREMAIN
The Guardian	Broadsheet	Centro-Izquierda	169,424	BREMAIN
Financial Times	Broadsheet	Liberal, Centro	63,178	BREMAIN

Tabla 1: Resumen de los principales medios impresos británicos y su postura adaptada con relación al referéndum (Fuente: Gómez, 2016:8)

3. El corpus y la metodología

El corpus que compilamos es un corpus comparable bilingüe original¹. El corpus de este trabajo se diseña con el objeto de realizar un estudio terminológico de carácter contrastivo en textos periodísticos en lengua alemana y española. De esta forma, el análisis arrojará unos resultados más contrastados, minuciosos y detallados.

La metodología seguida para el análisis de los términos está inspirada en el trabajo de Seghiri (2010) y consta de los siguientes pasos:

- a) En primer lugar, se fijan los parámetros para el diseño del corpus. Para ello, se establecen los criterios como el tipo de texto, lugar y año de publicación, temática, etc. Por consiguiente, se han seleccionado una serie de noticias relativas al concepto «Brexit» desde el 1 de enero de 2016 hasta el 31 de diciembre de 2017. Hemos elegido esta fecha con el propósito de obtener una muestra informativa y equilibrada que evidencie las variaciones terminológicas de estos conceptos con respecto a la actualidad. Se trata del período previo al referéndum, así como posterior a este acontecimiento, cuya aparición en la prensa ha sido muy asidua. Con ello, para compilar dicho corpus, hemos tomado como fuente dos diarios: *Die Zeit* y *El Periódico*. El hecho de ser dos periódicos entre los de mayor difusión y tirada en Alemania y España es significativo, bien sea porque ambos tienen potencial suficiente para influenciar al público, o porque los dos comparten la finalidad de difundir conocimientos sociales.
- b) En segundo lugar, se ha realizado la búsqueda y selección de textos en base a los criterios fijados, esto es, se ha seleccionado la información que es objeto de estudio (noticias publicadas en las que el término «Brexit» aparece en el titular), a través de la búsqueda avanzada en ambos periódicos citados y dentro de la fecha estipulada.
- c) A continuación, se ha dado paso a la normalización de los textos, es decir, se convierte el formato de texto en texto simple (.txt) para que puedan ser manejables en cualquier editor de texto. Igualmente, de

¹ Un corpus comparable bilingüe es aquel que incluye textos escritos en dos lenguas diferentes pero que cumplen la misma función debido a la similitud en el tema o el tipo de texto (Štěpánková, 2014: 23).

este modo pueden analizarse posteriormente, como por ejemplo para observar la concordancia del término.

- d) Seguidamente, se han almacenado los textos para que puedan ser identificados de forma correcta, así como se han registrado aquellos datos requeridos para hacerlos identificables en la web.
- e) Por último, se realiza un análisis contrastivo del término en cuestión desde presupuestos traductológicos, lo que nos lleva a presentar una serie de deducciones basadas en datos objetivos pero que contarán con generalizaciones y cierta subjetividad. Esto irá acompañado de un comentario con el objetivo de dar cuenta del correcto empleo y verdadero significado del término en cuestión según la norma, tanto en alemán como en español.

En suma, el diseño del corpus que vamos a compilar es bilingüe (alemán-español), está delimitado diatópicamente a noticias redactadas en Alemania y España, es comparable, es decir, está integrado exclusivamente de textos originales y es virtual, ya que se emplean únicamente noticias disponibles en la red Internet.

3.1. Presentación de los textos que integran el corpus

Editado en Hamburgo y de ideología socioliberal, *Die Zeit* es un periódico semanal de distribución nacional, que generalmente cuenta con un gran impacto mediático en los países de habla alemana, incluso posee una gran acogida mediática a nivel internacional. Así, en este periódico se han recogido 36 textos en alemán con un total de 21 053 vocablos y 139 referencias al concepto estudiado. Como se ha mencionado con anterioridad, a excepción de una, todas las noticias tienen en común el concepto “Brexit” en el titular, que puede observarse a continuación:

<i>Die Zeit</i>	
T1-DE: <i>Der Brexit-Vertrag als Modell für die Türkei-Beziehungen</i>	T19-DE: <i>Deutsche bewerten EU nach Brexit positiver</i>
T2-DE: <i>Brexit würde Großbritannien 100 Milliarden Pfund kosten</i>	T20-DE: <i>Beim Brexit leider vergessen</i>
T3-DE: <i>Brexit-Anhänger und Gegner gleichauf</i>	T21-DE: <i>Der Brexit lahmt</i>

T4-DE: <i>Brexit würde jeden Briten Tausende Euro kosten</i>	T22-DE: <i>"Ich denke, der Brexit wird fantastisch"</i>
T5-DE: <i>Brexit or what?</i>	T23-DE: <i>Das deutsche Brexit-Gesicht</i>
T6-DE: <i>Merkel und Hollande brauchen einen Brexit-Plan</i>	T24-DE: <i>Tony Blair ruft zum Widerstand gegen Brexit auf</i>
T7-DE: <i>Angst vor dem Brexit belastet die Märkte</i>	T25-DE: <i>Britische Regierung will Brexit am 29. März einleiten</i>
T8-DE: <i>Europas Rechtspopulisten warten auf den Brexit</i>	T26-DE: <i>EU-Gipfel beschließt Leitlinien für Brexit-Verhandlungen</i>
T9-DE: <i>Währungsfonds warnt Briten vor Brexit</i>	T27-DE: <i>Die EU soll für den Brexit zahlen</i>
T10-DE: <i>"Der Brexit spaltet unsere Gesellschaft"</i>	T28-DE: <i>EU-Abgeordnete beharren auf strengen Brexit-Verhandlungen</i>
T11-DE: <i>Knappe Mehrheit der EU-Bürger gegen Brexit</i>	T29-DE: <i>Brexit, Brexit, Brexit</i>
T12-DE: <i>Knapp 52 Prozent stimmen für Brexit</i>	T30-DE: <i>Zuwanderung nach Brexit-Votum deutlich gesunken</i>
T13-DE: <i>Brexit ohne Plan</i>	T31-DE: <i>EuGH bleibt auch nach Brexit relevant</i>
T14-DE: <i>Brexit oder doch #Bregret?</i>	T32-DE: <i>Weniger Einwanderung nach Brexit-Votum</i>
T15-DE: <i>Merkel hält Brexit für unumkehrbar</i>	T33-DE: <i>EU-Kommission verkündet Durchbruch bei Brexit-Gesprächen</i>
T16-DE: <i>Gibt es einen Exit vom Brexit?</i>	T34-DE: <i>Lässt sich der Brexit noch stoppen?</i>
T17-DE: <i>"Wir können den Brexit stoppen"</i>	T35-DE: <i>EU startet nächste Brexit-Phase</i>
T18-DE: <i>Regrexit? Nö.</i>	T36-DE: <i>Parlament erzwingt Veto-Recht zum Brexit</i>

El Periódico, editado en Barcelona, es un diario de información general de ideología política progresista. Los textos recogidos en este periódico son 36, con un total de 27 972 vocablos y 211 referencias al concepto "brexit". La relación de textos puede observarse en la siguiente tabla:

<i>El Periódico</i>	
T1-ES: <i>El FMI advierte contra un 'brexit' duro</i>	T19-ES: <i>'England lost', el blues de Mick Jagger sobre el Brexit</i>

T2-ES: <i>La UE propone limitar el período de transición del 'brexit' al 31 de diciembre de 2020</i>	T20-ES: <i>Blair aún ve posible evitar un 'brexit' duro</i>
T3-ES: <i>Los líderes de la UE acuerdan pasar a la segunda fase del 'brexit'</i>	T21-ES: <i>Barnier alerta del impacto comercial para Reino Unido de un 'brexit' sin acuerdo</i>
T4-ES: <i>Simon Manley: "El 'Brexit' es, ha sido y será controvertido"</i>	T22-ES: <i>May deja muchas dudas sobre el futuro de los europeos que residan en el Reino Unido tras el 'brexit'</i>
T5-ES: <i>May pierde una votación crucial sobre el 'brexit'</i>	T23-ES: <i>La negociación del 'brexit' se convierte en un diálogo de sordos</i>
T6-ES: <i>El Parlamento europeo valida el acuerdo sobre las bases del 'brexit'</i>	T24-ES: <i>Johnson niega divisiones en el Gobierno y promete "un gran acuerdo sobre el brexit"</i>
T7-ES: <i>May habla de "optimismo" con el 'brexit', pero condiciona el pago de la factura al acuerdo comercial</i>	T25-ES: <i>La UE exige a May más claridad con las cuentas del 'brexit'</i>
T8-ES: <i>El acuerdo del 'brexit' impulsa la cotización internacional de la libra</i>	T26-ES: <i>El 'brexit' pone en peligro 75.000 empleos en la City</i>
T9-ES: <i>May y Juncker pactan las condiciones del 'brexit'</i>	T27-ES: <i>May pone fecha y hora al 'brexit': 29 de marzo del 2019 a las 23.00</i>
T10-ES: <i>La frontera entre las dos Irlandas amenaza el avance de las negociaciones del 'brexit'</i>	T28-ES: <i>Instituciones y personalidades dan la espalda al 'Brexit' en el Reino Unido</i>
T11-ES: <i>El gran escollo irlandés que amenaza el 'brexit'</i>	T29-ES: <i>La UE da un ultimátum a Londres para poder avanzar en el 'brexit'</i>
T12-ES: <i>May dobla su oferta por el 'brexit': ofrece pagar 40.000 millones como factura a la UE</i>	T30-ES: <i>El día después del 'brexit'</i>
T13-ES: <i>El Banco de Inglaterra confía en un 'Brexit suave' y mejora sus previsiones para 2018 y 2019</i>	T31-ES: <i>Más británicos apoyan la salida de la UE tras la campaña de Obama contra el 'Brexit'</i>
T14-ES: <i>Londres quiere un tratado de seguridad con la UE después del 'brexit'</i>	T32-ES: <i>Principal patrocinador del "brexit" niega que el dinero procediera de Rusia</i>
T15-ES: <i>La UE cree que "países como Polonia" constituyen un peligro mayor que el 'brexit'</i>	T33-ES: <i>¿Quién es quién en el referéndum del 'Brexit'?</i>
T16-ES: <i>La negociación del 'brexit' se</i>	T34-ES: <i>Maldito 'brexit'</i>

<i>atasca y se convierte en un diálogo de sordos</i>	
T17-ES: <i>La UE ve "insustanciales" las propuestas de Londres para el 'brexit'</i>	T35-ES: <i>La incertidumbre por la activación del 'Brexit' refuerza el oro como valor refugio, según un experto</i>
T18-ES: <i>Londres pide a la UE una unión aduanera temporal después del 'brexit'</i>	T36-ES: <i>Los actos racistas se disparan en Gran Bretaña tras el 'Brexit'</i>

4. Análisis terminológico: el Brexit y los juegos de palabras

El 23 de junio de 2016 tuvo lugar un referéndum en Reino Unido que determinaría si el país inglés permanecería en la Unión Europea o la abandonaría. El Diccionario panhispánico del español jurídico define el término "Brexit" como "el proceso político-jurídico referido a la intención de retirada del Reino Unido como miembro de la Unión Europea". Además, especifica que se trata de un acrónimo del inglés. Este término fue acuñado por el director de la fundación europeísta *British Influence*, Peter Wilding, que ya en mayo de 2012 escribió sobre el peligro de un Brexit, "una triste palabra". Ocho meses después, el primer ministro conservador, David Cameron, anunciaría el referéndum, que se celebraría en junio de 2016².

Según la web de la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA, en adelante Fundéu), institución responsable de velar por el uso del español en los medios de comunicación, el término "Brexit" es un acrónimo inglés que deriva de la unión de los vocablos *Britain* (en alusión a Gran Bretaña y, más ampliamente, a Reino Unido) y *exit* ("salida"). De acuerdo con la Fundéu, se recogen varias posibilidades para aludir a este hecho, las cuales serán abordadas a través del análisis del término en su contexto.

Por un lado, cuando comenzó a aparecer este término en la prensa y los medios de comunicación, se recomendó que fuese tratado como un anglicismo sin adaptar. Este vocablo proviene del acrónimo inglés formado a partir de *Britain* y *exit*, lo que equivaldría a "la salida de Reino Unido". Por tanto, es posible escribir "Brexit" en letra cursiva y con inicial minúscula al ser entendido, tal y como hemos mencionado anteriormente, como un

² Disponible en : <https://www.lavanguardia.com/internacional/20181217/453589817780/diccionario-brexit-salida-gran-bretana-union-europea.html> [Fecha de consulta: 23 de septiembre de 2017].

anglicismo sin adaptar que, pese a que su pronunciación sea llana /bréxit/, no requiere tilde.

Ejemplo 1: Barnier alerta del impacto comercial para Reino Unido de un *brexit* sin acuerdo.

Por otro lado, en la actualidad se entrevé una opción que parece tener una mayor acogida y puede acabar imponiéndose, pues al tratarse de un proceso que conlleva negociaciones dilatadas y duraderas, se plantea como una alternativa al anglicismo sin adaptar. *Brexit*, escrito con letra redonda y con mayúscula inicial, se percibe como que la voz es el nombre propio de un hecho histórico. De acuerdo con la Ortografía académica, los nombres con los que se denominan los hechos históricos importantes - como en este caso sería la salida del Reino Unido de la Unión Europea - se escriben con mayúscula inicial cuando no aluden directa y claramente a los acontecimientos designados (la Primavera de Praga). Con ello, también se aboga por prescindir de la tilde en este caso porque lo más apropiado es respetar la ortografía original del nombre propio en una lengua extranjera.

Ejemplo 2: A sus 74 años, Mick Jagger se adentra en el terreno minado de la política británica con una canción de título evocador, 'England lost (La Inglaterra perdida)', alusiva a su preocupación e inseguridad por el **Brexit**.

Igualmente, esta opción coincide con la grafía alemana *Brexit*, que sigue las normas ortográficas de esta lengua y exige letra mayúscula inicial en todos los sustantivos.

Ejemplo 3: Bei einem **Brexit** wäre die britische Wirtschaftskraft im Jahr 2020 um über drei Prozent niedriger als bei einem Verbleib in der EU, heißt [...]

Asimismo, la Fundéu plantea la alternativa de escribir dicho término en redonda, con minúscula y con tilde, pues, tal y como se ha señalado con anterioridad, su pronunciación es llana y de este modo se adaptaría a la fonética y la morfología española, lo que permite que se escriba con letra redonda. No obstante, aunque desde el plano lingüístico sería correcto porque se trataría de un sustantivo común adaptado al español, esta alternativa es minoritaria en los medios.

Pese a las recomendaciones establecidas por la Fundéu, en los textos recogidos aparece el término analizado sin cursiva, entre comillas y tanto con minúscula inicial como con mayúscula, por lo que no se adapta a ninguna de las tres propuestas:

Ejemplo 4: “Los responsables europeos, según las discusiones que yo he tenido, están dispuestos a considerar cambios para acomodar al Reino Unido, incluida la libre circulación, a fin de evitar el ‘brexit’”, señaló Blair en un artículo publicado en el *Institute for Global Change*.

Ejemplo 5: Otra partidaria del ‘Brexit’ es Marine Le Pen, la líder del Frente Nacional en Francia, dispuesta a realizar una consulta similar en su país.

Al igual que el proceso de formación del vocablo “Brexit”, esta técnica también se ha aplicado a la creación de términos como *bremain*, integrado por el mismo paradigma a partir de los vocablos *Britain* y *remain* (“quedarse”). Esto puede observarse en titulares de otros periódicos españoles como “Gibraltar quiere ser europeo. El 96% de los gibraltareños vota por Bremain. Picardo pide unidad, calma y pensamiento racional” (*ABC*, 24 de junio de 2016).

Por otro lado, frente al nombramiento del Oxford Dictionary de ‘posverdad’ como palabra del año 2016, el Collins Dictionary otorgó este mérito al vocablo “Brexit”, fundamentalmente por el considerable aumento de su uso a lo largo del año³. Helen Newstead, como directora de la sección de lingüística de dicho diccionario, evidenció que el proceso del Brexit y, por tanto, de este vocablo como tal, podría ser la contribución más importante en los últimos cuarenta años de la política a la lengua inglesa. Esto se debe a que posee la capacidad de crear una gran cantidad de palabras a partir de los mismos mecanismos lingüísticos que se emplean en su formación. Por un lado, destaca el mencionado anteriormente como “bremain” (partidarios de quedarse en la Unión Europea, además de otros vocablos como *bremorse* (arrepentimiento o remordimiento causado por la victoria del Brexit) e incluso *breturn* (el deseo de volver a Europa). En los textos recogidos puede apreciarse que, en lugar del juego de palabras, se opta por tomar los términos *remain* y *leave*, cuyos equivalentes en español son “quedarse” e “irse”, por lo que se denota una vez más la predilección por los anglicismos en esta temática:

³ Disponible en: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/top-10-collins-words-of-the-year-2016/> [Fecha de consulta: 16 de octubre de 2017].

Ejemplo 6: [...] por este tipo de ataques racistas ha sido la exdiputada conservadora Sazia Awan, que trabajó por la campaña del 'Remain' en Gales y ha sido increpada en Twitter con comentarios como "haz las maletas y vete" por parte de varios usuarios e

Ejemplo 7: Los buenos resultados para el bando 'remain' en la ciudad de Londres no logran neutralizar el voto masivo a favor de salir de la UE en el noreste de Inglaterra.

Ejemplo 8: Estos son los resultados oficiales: A favor del Leave (salir de la UE): 17.410.742 votos (51,9%). A favor del Remain (quedarse en la UE): 16.141.241 votos (48,1%).

Asimismo, este procedimiento ha dado lugar a un sinnúmero de juegos de palabras que no guardan una relación directa con la temática tratada, pero que han acontecido en un tiempo similar y han tomado prestado el proceso de formación. Ha continuado la tendencia de uso creciente del elemento *(e)xit* para la formación de nuevas palabras, que ya se observó en el año anterior y obtuvo el segundo lugar para el sufijo el año pasado. Ejemplos de esto pueden ser el divorcio entre las estrellas de Hollywood Brad Pitt y Angelina Jolie, conocido como "BrexPitt" o "Bradxit", la pérdida de la emisión en la BBC de *The Great British Bake Off*, denominado entonces "Bakexit", o la especulación sobre la jubilación del jugador argentino del FC Barcelona, Lionel Andrés Messi, para la que se ha empleado el acrónimo "Mexit"⁴. De hecho, también pueden observarse estos juegos de palabras en algunos Estados miembro que podrían seguir los pasos de Reino Unido, como, por ejemplo, Czexit (República Checa), Nexit (Países Bajos), Öxit (Austria):

Ejemplo 9: Tuit de Randhir Kimar: «Finalmente tenemos Brexit. Ahora vendrán Grexit, Departugal, Italeave, Chequiout, Slovakout, Finish (por Finlandia) y Byegium».⁵

Ejemplo 10: "Desconfío enormemente de las independencias regionales porque así se justifica el

⁴ Disponible en: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/03/brexit-named-word-of-the-year-ahead-of-trumpism-and-hygge>. [Fecha de consulta: 9 de septiembre de 2017].

⁵ <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20160702/marianoexit-y-otros-sustos-5243884>

'frexit', 'gredit', 'brexit'. ¿A este ritmo dónde nos detendremos?"⁶

En la mayor parte de los textos recogidos en español, el término Brexit aparece en minúscula y entre comillas. Esta opción no se adapta a ninguna de las posibilidades ofrecidas por la Fundéu, quien recomienda su uso, o bien como un anglicismo sin adaptar, o bien como un nombre propio que alude a un hecho histórico relevante. Esto es, escribir este vocablo en cursiva sin comillas (*brexit*) o en redonda, con mayúscula inicial y sin comillas (Brexit).

Además, en prensa también pueden acompañar a este anglicismo los adjetivos "blando" y "duro". La construcción "*brexit* blando" sería equivalente a un proceso de salida con acuerdo entre Reino Unido y la UE. No obstante, el "*brexit* duro", una traducción literal de *hard brexit*, supondría abandonar el mercado único, lo que restringiría la libertad de movimiento, bienes, servicios y capital:

Ejemplo 11: Christine Lagarde, se advierte que un '**brexit** **duro** puede provocar una subida de los impuestos, una ralentización del crecimiento y la destrucción de puestos de trabajo.

Ejemplo 12: El Banco de Inglaterra confía en un '**Brexit** **suave**' y mejora sus previsiones para 2018 y 2019

En alemán también se emplea esta traducción literal del inglés para hacer referencia al tedioso proceso, como puede apreciarse a continuación:

Ejemplo 13: In ihrer Logik war ein **harter Brexit** schon immer vorgesehen. Gisela Stuart sitzt für Labour im Unterhaus und leitet Change Britain. Warum stellt sie sich gegen die EU?

Ejemplo 14: Es droht eine ernste Auseinandersetzung zwischen Befürwortern eines "**weichen**" EU-Austritts und den Brexit-Hardlinern, die jede Verbindung zur EU kappen wollen.

6. Reflexiones finales

El análisis realizado en las páginas precedentes nos lleva a extraer las siguientes conclusiones:

⁶ <https://www.elperiodico.com/es/politica/20170426/periodista-frances-revela-llamada-paris-para-disuadirle-compartir-escenario-artur-mas-5997916>.

1. En primer lugar, nos gustaría destacar el rol primordial que ocupan los anglicismos en la prensa alemana y española. Como hemos podido evidenciar, en los textos recogidos está presente el término “Brexit”, ya acuñado en ambas lenguas para hacer referencia a la salida del Reino Unido de la Unión Europea. No obstante, la grafía de este concepto aún resulta difusa, especialmente en lengua española, donde se puede apreciar una multitud de opciones. Pese a que la Fundéu ofrece tres alternativas, los textos recogidos, en general, no se acogen a estas recomendaciones y optan por la opción con comillas, sin cursivas y con la letra inicial minúscula.

2. Asimismo, este hecho histórico ha dado lugar a nuevos juegos de palabras que siguen la construcción empleada para el Brexit. El uso creciente del elemento *(e)xit* para la formación de nuevas palabras se ha adaptado no solo a contextos similares en otros Estados miembro como Grecia, sino a cualquier situación que suponga una ruptura o separación económica, política, laboral o profesional e incluso sentimental. Igualmente, dicho acontecimiento continuará contribuyendo a la adición de términos relacionados con la salida de Reino Unido de la Unión Europea, pues las negociaciones continúan y no se prevé un fácil acuerdo.

3. Consideramos que existe una especie de “caos terminológico” a la hora de tratar dicho término en prensa. Esto puede deberse, a nuestro parecer, a que la cantidad de información recibida va más rápido que las actualizaciones terminológicas y ortográficas. Por ello, los términos analizados se muestran de formas muy diversas y evidencian la fuerte influencia inglesa, pues la hegemonía del inglés está más presente que nunca en este contexto.

Referencias bibliográficas

Diccionario de la Real Academia Española (22^a. Ed). Disponible en Web:

<http://www.rae.es>

Fundéu [en línea]. Disponible en Web: < <https://www.fundeu.es/> >.

García González, J. E. (1998). “Peculiaridades de la traducción periodística: contextos lingüístico y extralingüístico”. En L. Félix Fernández y E. Ortega Arjonilla (coords.). *II Estudios sobre Traducción e Interpretación*. Málaga: Diputación Provincial de Málaga. Tomo III, 981-989.

- Gómez García, I. (2016). Fobias, mitos y mentiras: El papel de la prensa británica detrás del Brexit. *Epikēia. Revista Del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades*, 31(November), 1–20.
- Hernández Guerrero, M. J. (2005). "Prensa y traducción". En C. Cortés Zaborras y M. J. Hernández Guerrero (eds.). *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. 157-175.
- Hernández Guerrero, M. J. (2006). "Técnicas específicas de la traducción periodística". *Quaderns. Revista de Traducció* 13. 125-139.
- Llaudes, S., Molina, I., & Otero Iglesias Federico Steinberg, M. (2018). España ante el Brexit. *Elcano Policy Paper*. www.realinstitutoelcano.org
- Lozano, I. (2016). Posverdad, la fuerza de la superstición. *El Mundo*. [Recuperado de <http://www.elmundo.es/opinion/2016/12/19/5856ce6122601dd60a8b4632.html> [Fecha de consulta: 13/03/17].
- Mittermeier, J. (2017). Desmontando la posverdad. Nuevo escenario de las relaciones entre la política y la comunicación. 71. <http://www.recercat.cat/handle/2072/293810>
- Muñoz Sanhueza, P., & Priscilla. (2017). Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE.UU. 2016. RECERCAT (Dipòsit de La Recerca de Catalunya). <http://recercat.cat/handle/2072/293813>
- Pol, C., Grado, G., Sulbar, A. F., & Le, B. (2019). Cómo influyeron los medios de comunicación británicos en el Referéndum sobre la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea celebrado en.
- Sofía De Pena, Santiago Guigou, Sofía Laguardia, A. P., & Valentina Pereira, Joana Raffo, R. S. (2017). Un análisis del Brexit desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales | Serie Documentos Estudiantiles. Universidad de La República, UdelaR, 23. <http://publicaciones.fder.edu.uy/index.php/dest/article/view/207>
- Tapia Sasot de Coffey, M. J. (1992). "La traducción en los medios de prensa". *Babel* 38 (1). 59-63.

LA TRADUCCIÓN ESPECIALIZADA (ALEMÁN-ESPAÑOL) DE TEXTOS VINÍCOLAS: LA CATA DE VINOS

MARÍA JOSÉ SÁENZ DOMÍNGUEZ

Traductora

mariajosesaenzd@gmail.com

Fecha de recepción: 10.10.2017

Fecha de aceptación: 15.12.2017

Resumen: El sector vinícola ha llegado a ser uno de los sectores más importantes, así como uno de los más demandados entre países debido a la creciente internacionalización. El vino es uno de los mayores referentes culturales que tiene un país, por ello, es necesaria la correcta transmisión del lenguaje técnico de esta especialidad para poder conocer los elementos culturales de otros países. Por otro lado, la cata de vinos es un punto clave en este sector ya que la degustación posibilita su comercialización y su puesta en venta tanto a nivel nacional como internacional. En el presente trabajo se llevará a cabo un estudio de la terminología especializada de este sector, así como los diferentes problemas a los que se enfrenta un traductor y las estrategias que emplea para abordar traducciones de este tipo. Para ello, previamente se procederá a una explicación teórica referente a los lenguajes de especialidad y acerca del papel que desempeña el traductor en esta tipología y finalmente la traducción DE-ES de documentos referentes a la cata de vinos que se presentan a los compradores.

Palabras clave: sector vinícola, internacionalización, lenguaje técnico, estrategias, especialidad, cata de vinos, traductor.

Abstract: The wine sector has become one of the most important economic sectors, as well as one of the most in demand internationally due to growing internationalisation. Wine is one of the major cultural references of a country, so it is necessary to correctly transmit the technical language of this specialty, in order to properly understand cultural elements of other countries. It is also important to recognise that wine tasting is a key in this sector since the tasting makes it possible for it to be marketed and sold both nationally and internationally. In this study, research into the specialised terminology of this sector will be carried out, as well as an investigation into the different problems that a translator faces and the strategies that are used in approaching translations of this type. In order to do this, a theoretical explanation regarding the specialized language and the role of the translator in this

typology will be presented. Finally, the DE-ES translation of documents related to the tasting of wines presented to the buyers will be carried out.

Keywords: wine sector, internationalisation, technical language, strategies, specialty, wine tasting, translator.

1. Introducción

La industria y el sector vinícolas constituyen además de una industria próspera un nicho empresarial longevo. Nos encontramos en una región donde el cultivo de la vid tiene una tradición de miles de años, ya que las condiciones climáticas y terrenales permiten la producción de productos de calidad con los que competimos a nivel mundial adquiriendo gran prestigio y fama en todo el mundo. Al ser uno de los principales países exportadores de productos agrarios, escoger el sector vinícola en este trabajo es una acertada manera de familiarizarse con uno de los principales productos que mantiene a España en contacto con el resto de países. Por otra parte, según el ICEX Alemania es uno de los mayores países en volumen de importaciones en el ranking mundial, por ello nuestra labor como traductores es saber afrontar todo tipo de textos que se nos puedan presentar, puesto que en nuestro recorrido como profesionales nos iremos encontrando con textos de diferentes especialidades.

El sector vinícola es un sector que cuenta con multitud de términos especializados y donde se requiere un conocimiento vitivinícola muy detallado, donde un mínimo error podría poner en duda a posibles compradores con respecto al conocimiento tanto del traductor como de la empresa que exporta el producto.

Por este motivo, el presente trabajo parte de la siguiente hipótesis: el conocimiento y dominio del léxico especializado de la vitivinicultura, en especial de aquel perteneciente al análisis organoléptico del vino, esto es, de la cata, facilitará al traductor su labor, y con ello contribuirá al desarrollo del sector vitivinícola en el ámbito hispano-alemán.

1. Objetivos del estudio y metodología

El objetivo general de este estudio es, fundamentalmente, determinar en qué medida la búsqueda de información, el análisis de los textos, la documentación previa a la labor de traducción, y la búsqueda de

equivalencias alemán-español de la terminología especializada ayudan a la traducción de textos especializados. Por otro lado, se expondrán los principales problemas que surgen en la traducción de textos vinícolas, en concreto en la traducción de aquellos relacionados con la cata de vinos, ya que la terminología empleada requiere un alto grado de especialización y documentación por parte del traductor que podrá reflejarse en el resultado final de la traducción. Finalmente, este trabajo pretende servir de ayuda a futuros proyectos de investigación y a traductores que tengan que realizar trabajos relacionados con la traducción de textos relacionados con la cata de vinos.

Son objetivos específicos de este trabajo:

1. Análisis del género textual “hoja de cata”, en el que se determine su relación con el análisis organoléptico del vino.
2. Determinar las dificultades terminológicas propias de este tipo de textos, así como las posibles soluciones de traducción.
3. Establecimiento de equivalencias alemán-español en torno a la terminología propia de los textos analizados.
4. Elaboración de un glosario alemán-español que sirva como herramienta y ayuda a otros traductores e investigadores para la traducción de textos vitivinícolas y aquellos propios de la cata de vinos.

El presente análisis consta de dos partes bien diferenciadas: la primera de ellas contiene los principales fundamentos teóricos que han servido de marco para el análisis práctico. En dicha parte hemos estudiado el lenguaje especializado y las principales características de las lenguas de especialidad; la traducción en el sector vitivinícola, entendida como una traducción especializada, su relación con la terminología y los textos especializados que pertenecen a este sector; y, finalmente, hemos planteado los aspectos más relevantes de la cata de vinos, estableciendo qué es una cata y qué tipos de catas hay, qué es la ficha de cata y el lenguaje propio de la cata de vinos.

La segunda parte del trabajo está destinada al análisis aplicado a la traducción y la traducción al español de los textos seleccionados. Para ello, presentamos el corpus textual, esto es, los textos originales, y tras ello ofrecemos un análisis de las principales dificultades que hemos encontrado, así como las fórmulas empleadas para encontrar las equivalencias adecuadas, junto a la traducción al español de los textos. Para la traducción

de los diferentes documentos hemos utilizado la herramienta TAO *MemoQ*, que nos ha ayudado a elaborar bases terminológicas y memorias de traducción que han resultado muy útiles, así como la posibilidad de exportar la traducción en formato bilingüe para facilitar la revisión de los documentos.

Tras establecer las pertinentes conclusiones, y detallar la bibliografía, completamos el trabajo con un anexo en el que incluimos un glosario español-alemán de términos relativos a la cata de vinos.

2. El lenguaje especializado

En las últimas décadas se ha producido un aumento del interés por la comunicación especializada. Esto se debe a que la especialidad está adquiriendo gran importancia en la sociedad actual a causa de la globalización, la cual exige una continua transferencia de conocimientos y la necesidad de habilidades plurilingüísticas. Por otro lado, es importante debido a las oportunidades que ofrece el libre comercio y a las importaciones y exportaciones que se producen frecuentemente entre los países. Cabré y Gómez de Enterría (2006: 12) definen las lenguas de especialidad como:

Subconjuntos de recursos específicos, lingüísticos y no lingüísticos, discursivos y gramaticales que se utilizan en situaciones consideradas especializadas por sus condiciones comunicativas.

Con esta definición ambas autoras pretenden explicar que los lenguajes especializados son empleados por especialistas que tienen la necesidad de expresar conocimientos específicos sobre una materia de saber especializado. Por otro lado, analizan diferentes puntos de vista de autores sobre las lenguas de especialidad y llegan a la conclusión de que hay una base común entre ellos:

“a) se tratan de conjuntos especializados, ya sea por la temática, la experiencia, el ámbito de uso o los usuarios; b) se presentan como un conjunto con características interrelacionadas, no como fenómenos aislados; c) mantienen la función informativo-comunicativa como predominante, por encima de otras funciones complementarias” (Cabré y Gómez de Enterría, 2006: 19).

Por lo tanto, las lenguas de especialidad presentan características comunes y tienen como objetivo principal la comunicación de información que se caracteriza por ser especializada ya sea por el tema del que traten, el ámbito en el que se apliquen o los usuarios que las empleen.

Por su parte, Cabré (1993: 139) propone una serie de características propias de los lenguajes de especialidad para identificar la especialización:

1. Las temáticas especializadas son aquellas que no forman parte del conocimiento general.
2. Los especialistas se dotan de un conocimiento especializado. Sólo pueden producir comunicación científico-técnica los individuos que poseen el conocimiento específico de una temática.
3. Las situaciones comunicativas también condicionan el carácter especializado de un subcódigo, ya que son de tipo formal (regulada por criterios profesionales).
4. Los subconjuntos especializados presentan una serie de características de tipo lingüístico y de tipo textual.
5. El lenguaje de especialidad no es un subconjunto monolítico. Presenta variedades alternativas en función de los usos y las circunstancias comunicativas. Se presentan dos parámetros de variación:
 - a) El grado de abstracción, que depende de la temática en sí, de los destinatarios y de las funciones comunicativas que se propone el emisor.
 - b) Los propósitos comunicativos, que determinan tipos de textos diferentes según las funciones que se quieran llevar a cabo. Los recursos utilizados en los distintos tipos de textos coinciden con los que se utilizan en comunicaciones no especializadas para realizar las mismas operaciones.

Para determinar las posibles variaciones existentes dentro de los lenguajes de especialidad, pueden actuar también otros aspectos complementarios como son los

dialectos geográficos, históricos y sociales, por un lado, y por otro, el estilo personal.

6. Los diferentes lenguajes de especialidad presentan una serie de características pragmáticas y lingüísticas comunes entre sí que hacen que se refieran a ellos como un subconjunto de la lengua que mantienen una unidad.

7. Los lenguajes de especialidad están en relación de inclusión respecto de la lengua general y en relación de intersección respecto de la lengua común, con la que comparten características y con la que mantienen una relación de trasvase constante de unidades.

Los lenguajes de especialidad son variantes pragmáticas con unas peculiaridades 'especiales': temática, situación de comunicación, tipo de interlocutores, medio, nivel de formalidad, etc.

2.1. Rasgos lingüísticos de las lenguas de especialidad

Las lenguas de especialidad cuentan con una serie de características generales, que aplicamos a nuestra tipología textual siguiendo lo expuesto por Martínez Egidio y Santamaría Pérez (I: 2003):

1. Universalidad: permite que el contenido tratado pueda ser comprendido por otros individuos por lo que se emplea un lenguaje fácilmente entendible por personas del área de especialidad al que se dirija, de ahí que en ocasiones tengamos términos propios del lenguaje general para determinar, por ejemplo, algunas características propias de los vinos o de la producción vitivinícola. Así, encontramos entradas como "brazo" (*Schenkel*)¹, "despalillado" (*Abbeeren, Entstielen*)², "afrutado" (*fruchtig*)³, "fermentación" (*Gärung*)⁴, "hollejo" (*Beerenhülse*)⁵, etc.

¹ Se llama "brazo" a la ramificación ancha que sale del tronco de la vid y de la cual nacen después los sarmientos, o ramas lignificadas.

² El despalillado consiste en separar las uvas del raspón, o tronco del racimo.

³ Característica presente, sobre todo, en los vinos jóvenes. El vino afrutado recuerda el olor y el sabor de la fruta.

⁴ Proceso por el cual los azúcares del mosto se convierten en alcohol etílico, y por lo tanto, el mosto se convierte en vino.

⁵ El hollejo es la piel que envuelve la pulpa de la uva.

2. Objetividad: los hechos superan a las valoraciones subjetivas. Los vinos, como otros productos alimenticios, deben cumplir con normativas legales estatales y comunitarias en lo relativo al embotellado y etiquetado, que han de contener la información pertinente de manera objetiva. La siguiente imagen muestra toda la información contenida en las etiquetas delantera y trasera de un vino embotellado:



Figura 1. Etiquetas delantera y trasera de vino embotellado⁶.

3. Precisión: los textos vinícolas se caracterizan por su precisión, ya que se emplea información y términos con un significado exacto a lo que se quiere transmitir. Así, por ejemplo, empleamos términos como “envero” (*Beerenverfärbung*)⁷, “bazuqueo” (*Unterstossen des Tresterhutes*)⁸ o “mosto flor” (*Vorlauf*)⁹.

⁶ Fuente:

https://www.google.com/search?as_s=y&ibm=isch&as_q=etiqueta+vino&as_epq=&as_oq=&as_eq=&imgsz=&imga=&imgc=&imgcolor=&imgtype=&or=&as_sitesearch=&safe-images&as_filetype=&as_rights=#imgt=CeQht_GI_UlMmM. [Fecha de consulta: 23/07/2017].

⁷ El envero es la época en la que se produce un cambio de color de la uva por la maduración. También se llama “envero” al proceso mismo de cambio de color de la uva.

⁸ Acción de romper la capa de hollejos (sombbrero) que recubre el mosto, empleando una vara para que se mezcle con éste.

4. Verificabilidad: el contenido de lo que se expone es cierto debido a la exhaustiva y precisa investigación que llevan a cabo los profesionales para transmitir una información verídica acerca de los productos. En el caso de los textos vinícolas, sabemos que la información es cierta porque es la proporcionada por profesionales –vicultores y enólogos–, y con frecuencia también expuestas en publicaciones especializadas, tal como muestra la siguiente imagen:

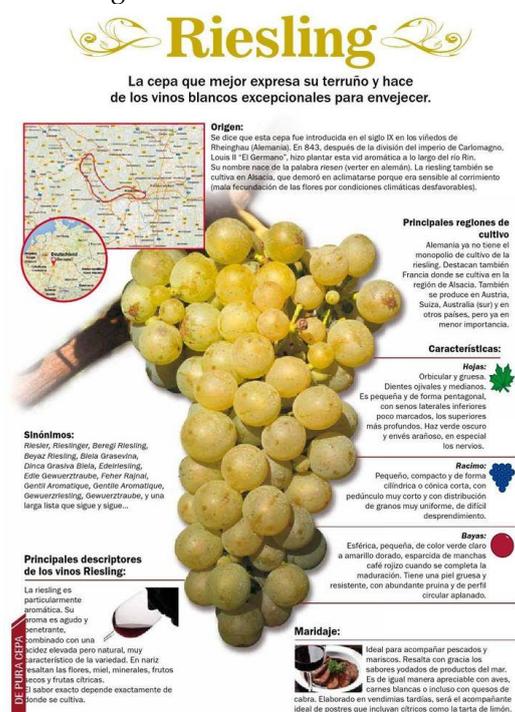


Figura 2. Descripción de una variedad de uva y el vino que produce¹⁰.

⁹ Mosto que fluye por sí mismo de la uva, sin que sea necesario un prensado, bien debido al peso soportado en la tolva al ser depositada en el lagar para su despalillado, bien por el efecto de la gravedad.

¹⁰

Fuente:

https://www.google.com/search?as_st=y&tbm=isch&as_q=plantaci%C3%B3n+vid+carta+de+cultivo&as_epq=&as_oq=&as_eq=&imgsz=&imgar=&imgc=&imgcolor=&imgtype=&cr=&as_sitesear

5. Ordenación lógica y marcada estructuración: facilita la comprensión por parte de los destinatarios a los que va dirigido el texto. Este es el ejemplo de las fichas de cata donde todo el proceso aparece de manera ordenada (desde la fase visual hasta la gustativa) creando una estructura general en estas fichas¹¹.
6. Función lingüística: donde destaca la función representativa con la que se transmite una información de manera objetiva.

Llegados a este punto, hemos de señalar que, no obstante, el lenguaje vitivinícola participa no únicamente de la lengua especializada, sino también de la lengua común, y en este sentido, cabe afirmar que existe un trasvase de expresiones en ambos sentidos:

- a) Expresiones del lenguaje general adoptados por el sector vitivinícola. Así, por ejemplo, cuando hacemos referencia a la morfología de la vid, tenemos términos como “yema” (*Knospe*, *Auge*)¹², “brazo” (*Schenkel*)¹³, “nieto” (*Enkel*, *Geiztrieb*)¹⁴, “botón floral” (*Blütenknospe*)¹⁵ o “zarcillo” (*Ranke*)¹⁶.
- b) Expresiones propias del sector vitivinícola que han sido adoptados por el lenguaje general, dando lugar a locuciones como “a cepa revuelta”¹⁷, “de buena cepa”¹⁸, o “de pura cepa”¹⁹

<ch=&safe=images&as filetype=&as rights=#imgrc=XYP13itnnhgclM>. [Fecha de consulta: 23/07/2017].

¹¹ Abordaremos el estudio de la ficha de cata en un epígrafe posterior.

¹² Brote sin desarrollar que nace de la vid. Obsérvese que en alemán también se emplea el término *Auge* (ojo) como sinónimo de *Knospe*, con un claro sentido figurado.

¹³ Obsérvese que en alemán en lugar de hacer referencia a la extremidad superior, se emplea el término *Schenkel* (muslo), en clara identificación con las extremidades inferiores.

¹⁴ Tallo vigoroso y secundario que sale del sarmiento.

¹⁵ Primer estadio de formación de la flor, en la que ésta permanece aún con los pétalos cerrados, asemejándose a un botón, de ahí su nombre.

¹⁶ Ramificación delgada de la vid que tiende a enrollarse en pámpanos y sarmientos.

¹⁷ Dicho propio del viñedo viejo que hace referencia a aquellas cepas que no conservan la alineación y el orden con el que fueron plantadas. No tiene equivalencia en alemán.

¹⁸ También usada en sentido figurado, esta expresión hace referencia a la calidad u el origen reconocidos por buenos. En el caso del alemán, las expresiones equivalentes no emplean ningún término relacionado con la viticultura: *jemand aus gutem Hause* (alguien de buena cepa), *etwas von bester/höchster Qualität* (algo de buena cepa).

¹⁹ En el lenguaje general, y referido a una persona, tiene el sentido de “auténtico”, con caracteres propios de una cierta clase elevada, por ejemplo, “un andaluz de pura cepa”. Como en el caso

Por todo ello, el traductor ha de saber distinguir las diferencias entre la lengua general y la lengua especializada. Así, en primer lugar y según afirma Cabré (1993: 128) debemos entender el concepto de “especialización” referida al lenguaje para poder hablar de la lengua especializada y la lengua común. La autora recurre a un estudio llevado a cabo por Kocourek (1982) donde propone diferentes aproximaciones para los lenguajes de especialidad. Estas aproximaciones tratan de tomar como punto de partida la semiótica: en el que el lenguaje de especialidad es un sistema de transmisión y de intercambio de información que utiliza diversos códigos a la vez. Y por otro lado la relación que mantiene con las lenguas naturales poniendo en duda la autonomía de los lenguajes de especialidad respecto al lenguaje general, distinciones con la lengua común y relación con los lenguajes artificiales. De este modo, Cabré lleva a cabo una comparación de la lengua general con el lenguaje de especialidad hasta llegar a las siguientes definiciones:

Una lengua particular está constituida por un conjunto de subcódigos que el hablante utiliza en función de sus modalidades dialectales y que selecciona en función de sus necesidades expresivas (1993: 128).

La lengua particular cuenta con un conjunto de unidades y reglas que conocen todos sus hablantes. Este conjunto de reglas se llama lengua común o general. Representa un subconjunto de la lengua entendida en sentido global. Para diferenciar los elementos propios de la lengua común y los de la lengua especializada hay que tener en cuenta aspectos de tres clases: lingüísticos, pragmáticos y funcionales (1993: 144).

En primer lugar, con respecto a los aspectos lingüísticos propios de un texto de lengua especializada, se tienen en cuenta las características léxicas, morfológicas y sintácticas que lo diferencian de textos pertenecientes a lengua común. Desde el punto de vista pragmático, se tiene en cuenta el emisor, el destinatario, el contenido del mensaje y la situación comunicativa en la que esos textos se producen. Por último, se contemplan los aspectos

anterior, la expresión equivalente en lengua alemana tampoco hace referencia al sector de la viticultura: ein *waschechter Madrider* (un madrileño de pura cepa).

funcionales, aquella información que el texto quiere transmitir. Este es el caso del ejemplo práctico que se presenta en este trabajo sobre textos vinícolas, donde los compradores, a través de una cata de vinos, utilizan un lenguaje específico para expresar las diferentes cualidades del producto. Por todo ello, Cabré llega a la siguiente conclusión:

La lengua general y las lenguas de especialidad son dos conceptos totalmente diferentes, pero que, al mismo tiempo, están interrelacionados entre sí, ya que para conocer la primera, hay que conocer parte de la segunda y viceversa. De la misma manera, los lenguajes de especialidad están relacionados entre sí, porque dentro de ellos, existe una serie de características comunes” (1993).

Este es precisamente el caso del lenguaje de la enología, la viticultura, el enoturismo, y cualquier sector agroalimentario o comercial en torno al vino, lo que refuerza nuestra apreciación inicial de que es necesario conocer no sólo el lenguaje general, sino también el especializado, para la correcta traducción de los textos.

3. La traducción en el sector vitivinícola

La traducción de textos vinícolas se puede incluir dentro del campo de la denominada “traducción agroalimentaria”, ya que se llevan a cabo traducciones referentes a diversos productos alimenticios. Son muchos los textos pertenecientes al sector agroalimentario que pueden ser traducidos por un traductor especializado (recetas, etiquetas nutricionales, composición de alimentos...). En nuestro caso, dentro de los textos vinícolas nos centraremos, sobre todo, en la cata de vinos y en aquel documento imprescindible y rico en términos especializados para apuntar las características propias de los vinos que se degustan: la hoja de cata.

Desde un punto de vista de la traducción, creemos pertinente establecer las siguientes consideraciones:

- a) La traducción de textos vitivinícolas es una traducción especializada.
- b) La traducción de textos vitivinícolas necesita del conocimiento de una terminología especializada.
- c) Los textos vitivinícolas son textos especializados.

3.1. *La traducción de textos vitivinícolas, traducción especializada*

De acuerdo con Cabré, la traducción especializada es aquella práctica que consiste en la transmisión de información entre diferentes lenguas que tratan sobre una temática especializada y es llevada a cabo por un traductor especializado, que debe de contar con conocimientos específicos sobre la temática que trate el texto. La terminología es un recurso frecuente en la traducción especializada, ya que los especialistas, que son los que producen el discurso especializado, emplean términos para transmitir el conocimiento. Estos términos se adecúan al nivel de especialización de un texto (que puede ser de mayor o menor especialización) y es utilizada por los especialistas para un uso efectivo.²⁰ La autora distingue varios campos en la traducción especializada: traducción técnica, científica, jurídica, financiera, etc.

Si tuviéramos que decantarnos por uno de estos ámbitos, tendríamos una difícil decisión que tomar, pues precisamente por la naturaleza del objeto sobre el que tratan los textos –el vino– y su amplia relación con diversos ámbitos léxico-semánticos (cultivo, producción, normativa, cultura, comercialización, turismo, promoción), no podemos afirmar que todos los textos pertenecen a un determinado sector. Así, si traducimos textos que hablan de la morfología de la vid o de su ciclo vegetativo, podremos considerar que realizamos una traducción científica; del mismo modo, si los textos contienen información sobre aquellos elementos que intervienen en la producción del vino, en procesos tales como la fermentación, también estaríamos ante una traducción científica; si por el contrario, se trata de textos que explican las características y el funcionamiento de determinada maquinaria relacionada con el sector, tales como despalladoras, estrujadoras, o empacadoras de sarmientos, estaríamos ante una traducción técnica; y, finalmente, si los textos hicieran referencia a las visitas a bodegas y lagares, estaríamos ante una traducción tal vez de carácter general. Sirvan los siguientes fragmentos para mostrar los distintos ámbitos a los que puede referirse un texto relacionado con la vitivinicultura:

²⁰ Disponible en: https://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n2_EditorialCabre.pdf. [Fecha de consulta: 10/07/2017].

ESPAÑOL	
ÁMBITO	TEXTO
Cultivo	<p>Los tallos, denominados sarmientos, tienen una constitución leñosa y presentan una peculiar sucesión de nudos y entrenudos (...). El color y el grosor de los sarmientos, tanto herbáceos (en fase de crecimiento vegetativo) como agostados (en fase de lignificación), son característicos y ayudan a identificar las diferentes variedades. Sobre los nudos se asientan los diversos órganos: hojas, botones florales, zarcillos y racimos. (Buján, 2002: 19)</p>
Producción vinícola	<p>Al paralizarse los procesos fermentativos (por el incremento de etanol y el agotamiento de los azúcares) cesa el movimiento del líquido y se enfría, con lo que se inicia la precipitación de la materia en suspensión que, con el tiempo, se deposita en el fondo del tanque. Unos diez días después de finalizada la fermentación lenta se realiza el <i>trasiego</i>, que es la separación del líquido clarificado y del que contiene las borras. Este <i>trasiego</i> se realiza con aireación, lo que facilita la eliminación del carbónico disuelto y de sulfhídrico, si se ha formado, así como la incorporación de cierta cantidad de oxígeno, necesario para los siguientes procesos oxidativos. (Buján, 2002: 66)</p>
Normativa	<p>Artículo 46. Consejo Español de Viticultura</p>

1. Adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se crea un órgano de carácter consultivo que se denominará Consejo Español de Viticultura.

2. El Consejo Español de Viticultura estará integrado por representantes de la Administración General del Estado, de las comunidades autónomas y de las organizaciones económicas y sociales que operan en el sector vitivinícola, en la forma que determine el Gobierno mediante real decreto dictado a propuesta del Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación. (*Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino*)

Comercialización

Las exportaciones de vinos españoles con Denominación de Origen rozaron los 3,7 millones de hectolitros, de los que el 79% se vendió en otros países miembros de la UE, el 9% en otros países europeos, el 5% en Estados Unidos y el 7% restante en una relación creciente de países. El 82% de las exportaciones es de vinos embotellados, mientras que el 18% está constituido por vinos a granel. Dentro de la UE, los principales mercados son los de Alemania (35% del total), Reino Unido (24%), Holanda (12%), Dinamarca (9%) y Suecia y Francia, con el 6% respectivamente. (Sáinz, 2002: 72)

Enoturismo

El turismo del vino o enoturismo está teniendo un gran desarrollo en España en los últimos años. En

consecuencia, desde el año 2000 se está llevando a cabo la creación y certificación de rutas enológicas oficiales mediante las cuales se pretende conseguir, entre otros objetivos, el desarrollo de determinados territorios de carácter rural donde el cultivo y la elaboración del vino tienen un peso muy importante tanto en su cultura como en su economía (Andreu y Verdú, 2012: 38)

Con pan y vino se anda el camino

El vino alegra el ojo, limpia el diente y sana el vientre

Cultura

Comer sin vino, o es miseria o es desatino

A quien tiene buen vino, nunca le faltan amigos

(Refranero español)

DEUTSCH	
BERICHT	TEXT
Weinbau	Die wichtigsten Pflanzenpathogenen im Weinbau sind Viren. Diese werden meist durch saugende und stechende Insekten oder Nematoden verbreitet. (...) Weit weniger Schäden verursachen Insekten. (...) Einige verursachen, durch Frass, Verletzungen an der Pflanze, diese reduzieren die Produktivität der Pflanze im Allgemeinen aber wenig. (...) Nematoden sind im Weinberg besonders gefürchtet, da sie die

Weinherstellung	<p>Unterlagen der Weinstöcke, d. h. den nicht veredelten, reblausresistenten Wurzelstock anstecken und dabei die Pflanze mit Viren infizieren. (Fischer, 2014: 1-2)</p> <p>Die Aromabestandteile von Trauben und Weinen bestehen aus mehreren hundert einzelnen Substanzen aus verschiedenen Klassen (...). Bei der Lagerung und Reifung guter Weine führen Veränderungen des Aromas dann zum Bukett und das Bukett kann je nach den Reifungsbedingungen z. B. durch oxidative Reaktionen geprägt sein. (Periadnadi, 2003: 6).</p> <p>§ 8 Klassifizierung von Rebsorten</p>
Regulierung	<p>(1) Die Landesregierungen legen durch Rechtsverordnung die zur Herstellung von Wein zugelassenen Rebsorten fest.</p> <p>(2) Soweit in den Rechtsakten der Europäischen Gemeinschaft oder der Europäischen Union oder in auf Grund dieses Gesetzes erlassenen Rechtsverordnungen keine abweichenden Regelungen getroffen sind, werden die Landesregierungen ermächtigt, durch Rechtsverordnung die Voraussetzungen und das Verfahren für die Festlegung der Rebsorten nach Absatz 1 zu regeln. (<i>Weingesetz</i>, Bundesgesetzblatt, Jahrgang 1994).</p>
Handel	<p>Die bedeutendsten Länder und Regionen dieser Gruppe sind, gemessen am Volumen ihrer Weinexporte, Australien, Chile,</p>

Wein-Tourismus

Kalifornien, Südafrika und Argentinien. Weniger bedeutende Anbieter aus der Neuen Welt sind Brasilien und Neuseeland. (Müller y Bürgett, 2006: 1).
Für weininteressierte Reisende in Baden und Württemberg gibt es mit den „Empfohlenen Weinhotels“ nun ein neues Angebot. Mehr als 40 Unterkünfte im Land dürfen das neue Siegel führen, das von der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg vergeben wird. Sie ermöglichen ihren Gästen besondere Weinerlebnisse bei einer Reise durch die Weinbauregionen im Süden. (Deutsches Weininstitut)²¹

Wein auf Bier rat'ich dir. Bier auf Wein, das lass'sein!

Weinkultur

Mit dem Alter ist es wie mit dem Wein, es muss ein guter Jahrgang sein!

Neuer Wein in alten Schläuchen

Im Wein liegt Wahrheit

(Refranero y dichos populares)

Por tanto, podemos concluir que, la traducción de textos vitícolas es, en general, un tipo de traducción especializada, si bien difícilmente encasillable dentro de un único ámbito, pues el carácter pluridisciplinar que tiene la producción del vino tiene como consecuencia también que los textos, y por tanto las traducciones, puedan ser clasificados en función del subdominio al que éstos hagan referencia.

²¹ Véase en internet: <http://www.deutscheweine.de/tourismus/aktuelle-reisetipps/empfohlene-weinhotels-in-baden-wuerttemberg/>. [Fecha de consulta: 10/7/2017].

3.2. Terminología y traducción de textos vitivinícolas

Lo expuesto con anterioridad nos lleva a la conclusión de que para la traducción de este tipo de textos es necesaria una completa formación en terminología. Así, Cabré²² expone que muchos profesionales creen que no es necesario que los traductores cuenten con conocimientos y tengan una formación específica en terminología. Sin embargo, de acuerdo con la postura de Cabré, el traductor especializado no puede llevar a cabo su práctica profesional sin conocer la terminología propia del texto que va a traducir. Por lo tanto, el traductor actúa como mediador lingüístico entre dos interlocutores hablantes de lenguas diferentes y debe ponerse en el papel del emisor del texto especializado de tal manera que asuma sus mismos conocimientos para realizar un buen trabajo. Asumir estos conocimientos conlleva conocer la materia, el contenido y la terminología que conforman el texto. El traductor especializado tiene que transmitir esos conocimientos a la lengua meta de la manera más fiel posible, ajustándose al léxico, contenido y expresión como si los hubiera empleado la persona que produce el texto original. En definitiva, podemos afirmar que la terminología está estrechamente conectada con la traducción especializada y el traductor debe identificar estos términos y traducirlos correctamente como mediador lingüístico, lo que lleva a reafirmarnos en nuestra hipótesis de partida.

3.3. Los textos vitivinícolas, textos especializados

Los textos pueden clasificarse, en función del grado de especialización, en tres categorías: a) textos especializados; b) textos semiespecializados y c) textos divulgativos. Para considerar un texto como “especializado”, y siguiendo lo expuesto por Cabré (1999: 190-191), es necesario que se cumplan tres condiciones:

1. la condición cognitiva donde un texto se clasifica como especializado si el panorama desde donde se conceptualizan los contenidos contempla a los esquemas preestablecidos por las escuelas científicas.
2. la condición gramatical, que incluye el empleo de unidades del léxico específicas (terminología) y por otra parte el uso de

²² Véase en internet: https://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n2_EditorialCabre.pdf. [Fecha de consulta: 10/07/2017].

determinadas estructuras textuales que beneficien la sistematicidad en la exposición de la información.

3. la condición pragmática, esto es, la existencia de elementos que participan en el procedimiento de producción-recepción del texto y que conlleva a que el usuario sea únicamente especialista y el receptor se halle entre los especialistas, aprendices o público general.

En comparación con otros tipos de textos, como por ejemplo los literarios –con una clara función estética–, los textos especializados tienen una función práctica y referencial requiriendo saberes de un ámbito determinado, y se caracterizan por la objetividad, ofreciendo una información alejada de cualquier subjetividad, precisión en los datos que exponen, coherencia, una información dotada de sentido, verificabilidad de los datos y que éstos sean comprobados, orden lógico a la hora de presentar los datos, estructura marcada y función referencial. Basta con realizar un estudio de los distintos tipos de textos en torno al vino para determinar que la mayoría de ellos emplean unidades de significado especializadas, únicamente comprensibles por los especialistas, y por tanto, se trata de textos especializados. Así, por ejemplo, tenemos los siguientes libros de registros, en cumplimiento de la normativa vigente, que cada bodega ha de llevar al día:

- Libro de entradas y salidas de vinos
- Libro de entradas y salidas de vinos con indicación geográfica protegida (VIGP)
- Libro de entradas y salidas de vinos con denominación de origen protegida (VDOP)
- Libro de movimientos de productos para procesos de elaboración y prácticas enológicas
- Libro de procesos de elaboración
- Libro de prácticas enológicas
- Libro de envasado
- Libro de entradas y salidas de vinos envasados
- Libro de entradas y salidas de vinos varietales

En las páginas siguientes mostramos algunos ejemplos de impresos empleados por bodegueros y enólogos:

PROCEDIMIENTO DECLARACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE DETERMINADAS PRÁCTICAS ENOLÓGICAS R(CE) 606/2009	CÓDIGO DEL PROCEDIMIENTO MR360C	DOCUMENTO DECLARACIÓN
---	---	---------------------------------

1. DATOS DEL DECLARANTE

NOMBRE Y APELLIDOS		DNI	
IDENTIFICACIÓN DE			
<input type="checkbox"/> Persona física <input type="checkbox"/> S.A. <input type="checkbox"/> S.L. <input type="checkbox"/> C.B. <input type="checkbox"/> Cooperativa <input type="checkbox"/> S.A.T. <input type="checkbox"/> Otra			
DOMICILIO SOCIAL		PROVINCIA	
AYUNTAMIENTO		CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO
			FAX

DECLARA

La realización de la siguiente práctica enológica: (marque lo que proceda)

 Edulcoración

	Volúmenes (litros)	Grado alcohólico (% vol)		Densidad
		Total	Adquirido	
Linea de partida				
Monto 10				
Linea edulcorada				

 Acidificación

 Desacidificación

 Aumento artificial del grado alcohólico natural (se adjuntará informe sobre la necesidad de dicha práctica):

- Designación del producto:

2. DIRECCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA INDUSTRIA EN LA QUE SE SE REALIZARÁN LAS PRÁCTICAS

CALLE		PROVINCIA	
AYUNTAMIENTO		CÓDIGO POSTAL	NÚMERO 1º
BARRIO O PEDREGO RESPONSABLE DE LA REALIZACIÓN		DNI	
DOMICILIO		PROVINCIA	AYUNTAMIENTO

(V) Solo para el caso de aumento artificial del grado alcohólico natural

RETELACIÓN AFISCABLE Decreto 138/2011, de 21 de julio, por el que se dictan normas de aplicación sobre los documentos que acompañan al transporte de productos vitivinícolas, los registros y las declaraciones de determinadas prácticas en el sector vitivinícola en la Comunidad Autónoma de Galicia.	(A rellenar por la Administración) NOMBRE: REVOCADO Y CANCELADO:	FECHA DE EXPEDICIÓN FECHA DE EFECTOS FECHA DE EXPIRACIÓN
FIRMA DEL COORDINADOR RESPONSABLE LEGAL de de	Jefe territorial de la Consellería de Medio Rural de	

Jefe territorial de la Consellería de Medio Rural de

ANEXO VI

PROCEDIMIENTO INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE EMBOTELLADOR	CÓDIGO DEL PROCEDIMIENTO MR360D	DOCUMENTO SOLICITUD
--	---	-------------------------------

1. DATOS DEL SOLICITANTE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		DIRECCIÓN	
DOMICILIO SOCIAL		PROVINCIA	
AYUNTAMIENTO	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX
DOMICILIO VIVIENDA		PROVINCIA	
AYUNTAMIENTO	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX

2. DATOS DEL REPRESENTANTE

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL		DIRECCIÓN	
DOMICILIO SOCIAL		PROVINCIA	
AYUNTAMIENTO	CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX

SOLICITA

Inscripción
 Cambio de domicilio
 Cambio de titularidad
 RAZÓN SOCIAL DEL APORTE TITULAR

3. DATOS DE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL

Nº DEL REGISTRO SANTARDO (Opcional)	
MARCAS	PRODUCTO COMERCIALIZADO

(*) Acompañar fotocopia

LETRADO/APLICABLE Decreto 138/2011, de 21 de julio, por el que se dictan normas de aplicación sobre los documentos que acompañan el transporte de productos vinícolas, los registros y las declaraciones de desembudo prácticas en el sector vinícola en la Comunidad Autónoma de Galicia. FIRMA DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL _____ de _____ de _____	(A rellenar por la Administración) RECIBIDO ENVÍADO Y CONFORME	NOMBRE DE EXHIBENTE FECHA DE RECEPCIÓN _____/_____/_____ FECHA DE ENVÍO _____/_____/_____ FECHA DE CALIFICACIÓN _____/_____/_____
---	--	---

Jefe/a territorial de la Consellería de Medio Rural de

MODELO N° 4

LIBRO REGISTRO DE MOVIMIENTOS DE VINOS
CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA.....
R (CE) N° 436/2009

EMPRESA (Nombre o razón social).....
LOCALIDAD:..... PROVINCIA:.....
N° CIF / NIF:..... N° RIA:.....
N° CAE:.....

DILIGENCIA: D/D*.....inspectoría de calidad agroalimentaria adscrito/a a la Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura y Medio Ambiente de.....CERTIFICA: que el presente Libro de Registro consta de.....folios útiles, numerados consecutivamente desde el número 1, llevando todos ellos impreso el sello oficial de esta Delegación, para que bajo su responsabilidad lo lleve D/D*.....en su calidad de.....en la instalación situada en la calle/plaza.....municipio.....de.....de.....

VISADO POR LA DEPENDENCIA PROVINCIAL DE ADUANAS IIEE.

EL INSPECTOR/A DE CALIDAD AGROALIMENTARIA

NOTAS:

- (1) Tipo de documento:
D.A. (Documento administrativo - R(CE) n° 684/2009).
ANEXO VII Reglamento (CE) n° 436/2009.
D.A.S. (Doc. Acompañamiento Simplif.-R(CE) n° 3649/92, ó comercial auxiliar)
Albarán (art.4 R.D. 323/1994)
- (2) N° de referencia asignado por el expedidor. Para las salidas la numeración será correlativa, comenzará de nuevo el 1 de enero de cada año y estará compuesta por una serie para cada tipo de documento según nota n° 1.
- (3) Graduación adquirida, expresada en % Vol.
- (4) Graduación total, expresada en % Vol.
- (5) Claves de IIEE.
E: exento
S: suspensivo
N: con impuesto (tipo 0)
- (6) Claves de IVA
E: exento
N: con impuesto
- (7) Indíquese de nuevo la designación y cantidad cuando el producto terminado haya sido adquirido a terceros.
- (8) La numeración de los depósitos debe corresponderse con la que figure de manera indelible y bien visible de said el sector.
- (9) Propio es el producto que ha sido elaborado en el establecimiento. Cuando un producto elaborado adquirido a terceros (5) se mezcla, en cualquier porcentaje, con un producto propio, el resultado también se considera como producto propio.
- (10) Adquirido es el producto terminado adquirido a terceros (3), que en el momento de la salida no ha sufrido transformación ni mezcla con ninguno de los productos definidos como propios según la nota n° 9. Si la mezcla se realiza entre productos adquiridos, el resultado es producto adquirido.

JUNTA DE ANDALUCÍA

CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE
Delegación Territorial en

**LIBRO DE REGISTRO DE MOVIMIENTOS DE PRODUCTOS PARA
PROCESOS DE ELABORACIÓN Y PRÁCTICAS ENOLÓGICAS**

HABILITACIÓN: De acuerdo a lo establecido en el artículo 15.4 de la "Orden de _____ de _____, por la que se regulan los documentos que deben acompañar al transporte de los productos vitivinícolas, los registros que se han de llevar en el sector vitivinícola, las normas de realización de determinadas prácticas enológicas y las de los vinos varietales, queda habilitado el presente libro de registro nº _____ que consta de _____ folios útiles, sellados con el de esta Delegación Territorial, para que bajo su responsabilidad lo lleve _____ en su instalación con número de inscripción en el Registro de Industrias Agroalimentarias de Andalucía _____ sita en _____ término municipal de _____ (_____) nº _____ del

En _____ a _____ de _____
El funcionario responsable de la Delegación Territorial

Fdo.: _____
Cargo administrativo: _____

EUROPÄISCHE GEMEINSCHAFT VERBRAUCHSTEUERN		VEREINFACHTES BEGLEITDOKUMENT INNERGEMEINSCHAFTLICHE BEFÖRDERUNG VON WAREN DES STEUERRECHTLICH FREIEN VERKEHRS	
Ausfertigung für den Lieferer	1 Lieferer (Name und Adresse) Weinkellerei Fritz Riesling GmbH Moselstraße 1 54470 Bernkastel-Kues Verbrauchssteuer# DE 0 6550 12345 3	MwSt-Nummer DE 12 34 5 67 89	2 Bezugsnummer des Lieferers RNG# 2004-006 vom 02.01.04
	4 Empfänger (Name und Adresse) Jean Meyer Musterstraße 22 B-4780 St. Vith	MwSt-Nummer	3 Zuständige Behörde des Bestimmungslandes (Bezeichnung und Anschrift) St. Vith D.A. Klosterstraße 32A B-4780 St. Vith
	5 Beförderer/Beförderungsmittel Spedition Muster Industriegebiet I 54290 Trier		6 Bezugsnummer und Datum der Anmeldung bei der zuständigen Behörde des Bestimmungslandes non-registered trader#
	7 Ort der Lieferung		
	8 Zeichen, Anzahl und Art der Packstücke, Warenbeschreibung 144 Flaschen Weißwein 12 Kartons Mosel-Saar-Ruwer mit einem vorhandenen Alkohol- gehalt von 11,5 %vol.		9 Warenkode (KN-Kode) 2204 21 18
		10 Menge 108 Liter	11 Rohgewicht (kg) 125
			12 Eigengewicht (kg) 108
		13 Rechnungspreis/Warenwert 270,- Euro	
14 Bescheinigungen (bestimmte Weine und Spirituosen, kleine Brauereien und Brennereien)			
A Kontrollvermerk der zuständigen Behörde	15 Für die Richtigkeit der Angaben in Feld 1-13: Rücksendung der Ausfertigung 3 gewünscht: Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Firma des Unterzeichners (mit Telefonnummer) Weinkellerei Fritz Riesling GmbH Moselstraße 1/54470 Bernkastel-K. Telefon: 06531/1111 Name des Unterzeichners Manfred Müller Ort, Datum Bernkastel-Kues, 02.01.04 Unterschrift <i>H. Müller</i>		

Auslieferungsalger:
 42283 Wuppertal, Cornelia-Str. 26, Tel. (0202) 50 20 31, Fax 50 19 52
 42283 Wuppertal, Cornelia-Str. 26, Tel. (0202) 50 20 31, Fax 50 19 52
 71263 Weil der Stadt, Obenweg 17, Telefon (0 71 53) 3 49 40, Fax 3 48 42
 39857 Hohenlocken, Malmstr. 26, Tel. (03 50 04) 54 47, Fax 6 01 79
 FORMULARVERLAG CW NIEMEYER
 31788 Hameln, Weber-von-Selve-Str. 6
 Tel. (051 51) 30 10-15
 Email: info@formularverlag.de
 Internet: www.formularverlag.de

2725 Vereinfachtes Begleitdokument - III A1 - (*) Zutreffendes ankreuzen

4. El análisis organoléptico del vino: la cata (*Weinprobe*)

4.1. Definición. Tipos de cata

El término “catar”, procedente del latín *captare* (“coger”, “buscar”) es definido por la RAE²³ como “probar, gustar algo para examinar su sabor o sazón. Este es, precisamente, el sentido de su término equivalente en lengua alemana, *Weinprobe* (“prueba del vino”). Mucho más desarrollada es la definición que ofrece Ratti (2006: 13s.):

La degustación, o cata, es una operación en la cual tenemos que coordinar un complejo mecanismo de estímulos que, al implicar a los sentidos humanos, origina diferentes sensaciones. El reconocimiento y la interpretación de las sensaciones se designan con el término “percepción”.

(...)

La cata de un vino se lleva a cabo a través de la vista, el olfato, el gusto y el tacto, cada evaluación general es irremplazable, para dar juicio global, que desde la evaluación cualitativa permite obtener implicaciones técnicas.

(...)

La cata constituye un momento de fundamental importancia para comprobar las características de un vino. Permite analizar los componentes, evaluarlos uno a uno, juzgarlos en su conjunto, apreciar sus características positivas, señalar los caracteres negativos, hacer razonables previsiones sobre las futuras transformaciones.

Para llevar a cabo una cata profesional, en el momento en el que se está elaborando un nuevo vino, no basta con una degustación individual, sino que es necesario un panel de catadores, que según Ratti (2006: 17)

Está constituido por lo menos por cinco catadores con aptitudes homogéneas de percepción, experiencia, capacidad de descripción, que sólo surgen por haber

²³ URL: <http://dle.rae.es/?id=7ujKcvv>. [Fecha de consulta: 20 de julio de 2017].

hecho juntos muchas pruebas. El panel de catadores logra estadísticamente alejar la subjetividad en la respuesta.

La cata de un vino consta de las siguientes fases:

- a) Fase visual: se examina el contenido de la copa, “analizando el color, brillo, la limpidez o transparencia, la lágrima, las piernas y la efervescencia”. (Sacha González 2006: 80)
- b) Fase olfativa: es la fase más compleja de la cata, debido a que se pueden percibir un gran número de aromas: vegetales, flores, frutales, animales, balsámicos, químicos, lácteos, amaderados, especiados... Es decir, la búsqueda de aromas conocidos en el vino.
- c) Fase gustativa: los aromas se mezclan con los sabores y se valora su persistencia en boca y su retrogusto. El escupir el vino o no dependerá del tipo de cata en la que nos encontremos y el número de vinos que se vayan a degustar.

Este análisis de las cualidades visuales, olfativas y gustativas del vino determinará, en definitiva, su calidad.

Aunque existen varios tipos de cata, todas ellas tienen la misma función que es la de expresar y describir las sensaciones que nos transmiten los vinos que degustamos. Estos son los diferentes tipos de cata (García Gallego, 2008: 36):

- Cata horizontal: se degustan varios vinos que pueden ser o no de la misma añada. En este tipo de cata se puede ver toda la información del vino que estamos degustando.
- Cata vertical: se degustan añadas consecutivas de un mismo vino para comprobar su envejecimiento y evolución.
- Cata a ciegas: las botellas permanecen ocultas para que los catadores no puedan ver la información del vino que van a degustar.
- Cata hedonista: con esta cata se describen las sensaciones que nos produce el vino y pretende distinguir las cualidades que diferencian unos vinos de otros. Es llevada a cabo por sumilleres o aficionados del vino y puede ser muy concreta o poética.

- Cata analítica: Se realiza un análisis exhaustivo de las principales características del vino que nos ofrecen información sobre su origen, su elaboración, sus azúcares, etc.
- Cata teórica: similar a la analítica, pero en esta ocasión se describen las características del vino que son apreciables por nuestros sentidos (si es un vino equilibrado, si es demasiado ácido, etc.).
- Cata profesional aplicada: Se juzga cada característica del vino que se degusta, pues se busca cualquier alteración de ese vino en cada una de las fases de la cata.

4.2. La ficha de cata

El *Diccionario del vino* define la ficha de cata como un “documento normalizado, utilizado durante las catas para anotar las impresiones del catador y valorar los diferentes aspectos organolépticos de un vino”²⁴. En ella aparece la siguiente información:

- Descripción del vino
- Características analíticas
- Estímulos pregustativos: visuales y olfativos
- Estímulos gustativos
- Sensación de persistencia olfato-gustativa
- Impresión general del vino
- A veces aparece la hora de degustación y la temperatura del vino

Se trata, pues, de un tipo de texto con unas características muy determinadas, que se repiten en todas las lenguas y culturas –a fin de dar univocidad a las valoraciones–, y que Planelles resume del siguiente modo (2013: 209):

Los textos de la cata son breves, precisos, nominales, sin verbos y técnicos (...) el autor es especializado (...) el receptor es asimismo un público especialista o por lo menos conocedor del medio. Los textos son de tipología descriptiva y por ello se caracterizan por la abundancia de adjetivos descriptivos de las sensaciones de color,

²⁴ URL: <http://www.diccionariodelvino.com/index.php?qv=cata>. Fecha de consulta: 15 de julio de 2017.

aroma y sabor que producen los vinos en cada una de las fases de la cata, así como por la presencia de palabras técnicas y de una evaluación final.

Como la degustación o la cata del profesional tiene una finalidad comercial, los textos son técnicos y apreciativos a la vez, es decir, analíticos y valorativos, ya que describen las características del vino, analizándolo según las sensaciones que provoca, para emitir una apreciación o juicio de valor. Se trata por tanto de textos que presentan un “análisis sensorial”.

4.3. El lenguaje de la cata de vinos

Para degustar un vino se requiere el empleo de un lenguaje específico que defina a la perfección las características organolépticas que éstos evocan a nuestros sentidos. Uno de los principales rasgos que caracterizan al lenguaje de la cata es el gran número de términos con los que cuenta, ya que se requieren multitud de adjetivos y sustantivos que describan todas las características. Por otra parte, cabe destacar el carácter metafórico que se emplea para su descripción, donde el vino es idealizado y descrito como un ser vivo, un objeto, un tejido o un alimento (Caballero y Suárez-Toste, 2008). Este empleo del lenguaje es fruto de una tradición en el que el vino se trataba como a un ser vivo y por ello el empleo de adjetivos que lo personifican.

Coincidimos con Planelles (2013) en que el lenguaje del vino puede ser diferente dependiendo del tipo de cata. Así, una cata de vino analítica tendrá más términos técnicos que una hedonista donde se empleará un lenguaje literario, cargado de metáforas y adjetivos ya que pretendemos expresar las sensaciones que nos transmiten.

Podemos analizar el lenguaje de la cata en función de la fase sensorial en la que nos encontremos:

- En la fase visual (*Erscheinung*) resalta la objetividad ya que se trata de las características que se perciben a simple vista. Por un lado, el color (*Farbe*) que pueden ser, para los vinos blancos (*Weißweinen*): amarillo dorado (*goldgelb*), dorado intenso (*tiefgolden*), amarillo pajizo (*strohgelb*) o amarillo verdoso (*gelbgrün*); para los vinos tintos (*Rotweinen*): rojo rubí (*rubinrot*),

rojo cereza (*kirschrot*), violeta (*violett*), castaño (*rotbraun*), granate (*granatrot*), púrpura (*purpurn*) o color frambuesa (*Himbeerfarbe*). Por otra parte, se analiza también la intensidad del color (*Farbintensität*) en aspectos como el brillo (*Glanz*), que puede ir desde claro y fino (*klar und fein*) hasta intenso y profundo (*intensiv und tief*). Otros aspectos a tener en cuenta en esta primera fase visual –denominada por los expertos como *Auge* (“ojo”)– son la limpidez (*Klarheit*) o la transparencia (*Durchsichtigkeit*), para comprobar la presencia de partículas en el vino, así como la fluidez (*Flüssigkeit*) o la viscosidad (*Zähflüssigkeit*).

- La fase olfativa (*Bouquet/Bukett*) se caracteriza por ser más subjetiva que la visual, ya que la percepción de olores puede ser diferente para cada especialista. Esto depende del estado de ánimo e incluso del estado de salud del catador que hace que influya en la manera de percibir. Con el fin de describir el olor del vino, se utilizan olores familiares y metáforas. Los profesionales dividen estos olores en siete categorías: **afrutados** (*fruchtig*) de frutas con huesos (*Kernobst*), tales como las manzanas (*Äpfel*), ciruelas (*Pflaumen*), frutas cítricas (*Zitrusfrüchte*) o frutas del bosque (*Beeren*); **especiados** (*würzig*) de especias (*Gewürze*) tales como vainilla (*Vanille*), canela (*Zimt*), anís (*Anis*) o pimienta (*Pfeffer*); **con aroma a flores** (*blumig*), tales como clavel (*Nelken*), manzanilla (*Kamille*), violeta (*Veilchen*), rosa (*Rose*), geranio (*Geranie*), crisantemo (*Chrysantheme*), ligusto (*Liguster*) o reseda (*Reseda*); **vegetales** (*pflanzlich*), de olor a bosque (*Wald*), hierba (*Gras*) o heno (*Heu*); **caramelizados** (*karamellisiert*), con olor a miel (*Honig*) o aroma de caramelo (*Karamellduft*); **ahumados** (*rauchig*), con aroma a madera (*Holz*), alquitrán (*Teer*) o cuero (*Leder*); y, finalmente, **microbiológicos** (*mikrobiologisch*), con olor a mantequilla (*Butter*), yogur (*Joghurt*) u olor ácido (*säuerlicher Duft*). Los profesionales suelen referirse a esta fase como Nariz (*Nase*).
- La fase gustativa (*Geschmack*) es la más complicada de todo el proceso, pues en ella se mezclan el olor y el sabor; esto conlleva que existan muchísimos adjetivos para definir los vinos en esta

fase. Por otro lado, además del sabor también se analiza el tanino (*Tannin*) que determina cómo de amargo es un vino. Al igual que en la fase olfativa, estas cualidades se clasifican en varias categorías: **dulce** (*süß*), y dentro de ella, el vino puede ser equilibrado (*ausgewogen*), amargo (*herb*), discreto (*unaufdringlich*), pastoso (*teigig*) y aceitoso (*ölig*); **ácido** (*Säure*), siendo calificable el vino como insignificante (*nichtssagend*), especiado (*würzig*), picante (*pikant*), fino (*fein*), plano (*flach*) o excesivamente fuerte (*unangenehm scharf*). Con respecto al **cuerpo** del vino (*Körper*), este puede ser equilibrado (*ausgewogen*), con mucho cuerpo (*körperreich*), ligero (*leicht*), aceitoso (*ölig*), carnoso (*fleischig*), avellanado (*nussig*), rancio (*stichig*), sedoso (*seidig*) y voluminoso (*wuchtig*). También se analiza el **equilibrio** (*Balance*) que puede ser perfectamente equilibrado (*vollkommen*), equilibrado (*ausgeglichen*) o desequilibrado (*unausgeglichen*). Los vinos deben ser saboreados correctamente en la cavidad bucal para que se puedan percibir todas las sensaciones. Una vez que el vino es expulsado o bebido permanecerá la sensación de aroma y sabor, esto es a lo que se le llama posgusto o retrogusto (*Nachgeschmack*). Esta fase es normalmente conocida como boca (*Mund*).

Para poder observar el uso de este lenguaje en la práctica, ofrecemos dos ejemplos de notas de cata tanto en español como en alemán. La nota en español es sobre un vino generoso, extraída de un catálogo de vinos donde el uso del lenguaje es bastante empleado para la descripción de los vinos. La nota en alemán es sobre un Rioja Crianza. En ambas se puede comprobar la complejidad del lenguaje, así como el carácter metafórico empleado. La descripción es detallada, exhaustiva comenzando por la fase visual, seguida de la olfativa, la gustativa y terminando con una descripción del posgusto:

Vino de un brillante color amarillo pajizo a dorado pálido. De aromas punzantes y delicados, con ligeros recuerdos almendrados y notas de masa fresca de pan y hierbas del campo. Al paladar es muy seco, delicado y ligero. En el post-gusto vuelven los recuerdos

almendrados, dejando una agradable sensación de frescor.²⁵

Podemos observar la gran presencia de adjetivos calificativos y el empleo de metáforas, tales como “aromas punzantes y delicados” o “recuerdos almendrados”.

Schon in der Nase kühle, elegante Stilistik mit hintergründigem Holzeinsatz und pikanter Frucht (Preiselbeere, Cassis, Kirsche), vermischt mit würzigen Noten (Kräuter, etwas Minze), auf der Zunge hochelegant mit feinstrahliger Säure, feinkörnigem Tannin, fast burgundische Stilistik mit einiger Finesse und großem Trinkfluss.²⁶

También en alemán es posible encontrar metáforas en la correspondiente nota de cata: *elegante Stilistik, auf der Zunge hochelegant*.

Todo ello nos lleva a la conclusión de que se puede comprobar un empleo similar de la lengua en ambas notas, tanto en lo relativo al uso de términos especializados como de metáforas. Del mismo modo, podemos observar el uso de palabras propias de la lengua común que han adquirido un significado específico en este campo. Este es el caso de los términos “punzantes” o “recuerdos”, que adoptan un significado diferente a su sentido habitual.

5. Presentación del corpus textual (TO)

En la fase previa a la realización de traducciones, en la que hemos llevado a cabo una labor de documentación, hemos encontrado tres tipologías textuales distintas en relación con la cata de vinos y el análisis sensorial de los mismos. Por ello, presentamos en esta parte práctica la traducción de los siguientes tipos textuales:

- a) TO 1 (*Degustationnotizen*): Nota o ficha de cata, en la que se incluyen los aspectos relacionados en el epígrafe 3 del presente trabajo.

²⁵ URL: <https://www.sherry.wine/es/wines/vino-generoso/fino>. [Fecha de consulta: 22/07/ 2017].

²⁶ URL: <http://www.dasweinform.de/viewtopic.php?f=29&t=4794>. [Fecha de consulta: 22/07/2017].

- b) TO 2 (*Ausrichten einer professionellen Weinprobe*): Pautas para la correcta realización de una cata, en la que se indican todos y cada uno de los aspectos relativos no sólo al análisis organoléptico propiamente dicho, sino también otros relacionados con el lugar en el que se lleva a cabo la cata, la mesa en la que se sirven los vinos, los recipientes en los que se encuentran los vinos, así como las copas en las que éstos han de ser servidos, o el procedimiento a seguir para la correcta valoración de los caldos.
- c) TO 3 (*Anmeldeformular zur Weinprobe*): Formulario de inscripción para participar en una cata de vinos. Este tipo de textos es muy usual en el caso de bodegas o instalaciones vitivinícolas que ofrecen cata de vinos, ya sea de forma profesional, o bien para aficionados a la enología y la viticultura y turistas que practican el enoturismo.

Dichos textos son una representación fidedigna de los distintos tipos de textos que podemos encontrar en torno al análisis sensorial de los vinos. En las páginas siguientes ofrecemos los textos originales, cuya traducción ofrecemos en el epígrafe 5 de este trabajo.

5.1. *Degustationsnotizen*



Titanex GmbH – TheWineCompany.ch
Sternenweg 17
CH-8617 Mönchaltorf

Tel. +41 (44) 463 53 82 - taste@TheWineCompany.ch - www.TheWineCompany.ch

Degustationsnotizen Ort / Datum:

Wein _____
 Herkunftsland / Region _____
 Traubensorte(n) _____
 Jahrgang _____
 Preis _____

Erscheinung

z.B. hell (rot), rosa-rot, dunkel violett, orange-braun; klar, milchig, trüb; grüngelb, gelb, gold - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Aroma / Bouquet

z.B. würzig, fruchtig, Zitrone, blumig, Kräuter, Petrol, rauchig, Honig - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Geschmack

z.B. sauer, süß, trocken, tannig, spezifische Früchte, buttrig, holzig, Eiche, nussig, frisch, vollmundig, kantig, bitter, weich, ausgewogen, fett, anhaltend, lange - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Gesamteindruck

Sterne: Preis- / Leistungsverhältnis von 1 sehr schwach über 3 gut bis 6 ausgezeichnet

Degustationsnotizen Ort / Datum:

Wein _____
 Herkunftsland / Region _____
 Traubensorte(n) _____
 Jahrgang _____
 Preis _____

Erscheinung

z.B. hell (rot), rosa-rot, dunkel violett, orange-braun; klar, milchig, trüb; grüngelb, gelb, gold - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Aroma / Bouquet

z.B. würzig, fruchtig, Zitrone, blumig, Kräuter, Petrol, rauchig, Honig - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Geschmack

z.B. sauer, süß, trocken, tannig, spezifische Früchte, buttrig, holzig, Eiche, nussig, frisch, vollmundig, kantig, bitter, weich, ausgewogen, fett, anhaltend, lange - Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet

1	2	3	4	5	6
---	---	---	---	---	---

Gesamteindruck

Sterne: Preis- / Leistungsverhältnis von 1 sehr schwach über 3 gut bis 6 ausgezeichnet

Tel. +41 (44) 463 53 82 - taste@TheWineCompany.ch - www.TheWineCompany.ch

5. 2. Ausrichten einer professionellen Weinprobe

Ausrichten einer professionellen Weinprobe

Bei der professionellen Weinprobe werden Farbe, Aromen und Geschmack der Weine begutachtet. Manche Fachleute sprechen auch vom Klang des Weines bei der Berührung mit dem Glas.

Um alle Aspekte der Weine würdigen zu können, muss eine Weinprobe eine Reihe von Regeln erfüllen, die wir im Folgenden definieren wollen.

Der Raum

Die Räumlichkeit

- Die Weinprobe kann in Räumen verschiedenen Formats stattfinden. Ideal ist eine Aula, in der der Leiter auf einer Bühne oder einem Podium spricht, während die Teilnehmer an rechteckigen Tischen in fortlaufenden Reihen sitzen, mit einem Gang in der Mitte zu dem Leiter hin. In diesem Fall sollte zwischen den Tischen genügend Platz frei bleiben, damit die Kellner bequem bei jedem Teilnehmer servieren können.
 - Bei runden Tischen besteht Der Raum sollte möglichst Tageslicht haben, sowie transparente, nicht matte Scheiben bzw. Fenster ohne jegliche Tönung, die die Farbe der Weine brechen könnte. Wird künstliches Licht verwendet, sollte es weiß sein.
 - Sollte es in dem Raum Rauch oder Pflanzen- bzw. sonstige Dekorationen gegeben haben, so dass die Luft nicht mehr frisch und geruchsfrei ist, müssen alle Fenster des Raumes vor der Weinprobe einige Stunden lang offen stehen, um sämtliche Düfte oder Gerüche vollständig zu entfernen.
 - Vor und während der Weinprobe besteht absolutes Rauchverbot im Raum.
 - Von Pflanzen und sonstiger Dekoration, die Düfte oder Gerüche in den Raum abgeben könnten, ist abzusehen.
 - Ideal ist es, wenn die Teilnehmer bequem sitzen. Müssen sie stehen, wird die Durchführung der Probe schwieriger: das Servieren der Gläser, die Erklärungen des Leiters usw.

Die Tische

- Die Tischauflage bei der Weinprobe muss weiß sein. Lachs-, beige-, creme- oder knochenfarbene Tischtücher sind nicht empfehlenswert.
- Außer den Tischen für die Prüfer sollte ein Serviertisch für die Flaschen vorhanden sein, aus denen die Kellner den Prüfern einschenken. Die entkorkten Flaschen stehen sortiert in Reihen, deren Nummerierung der der Prüfbögen entspricht.
- die Gefahr, dass die Teilnehmer ihre Aufmerksamkeit einander und weniger dem Leiter zuwenden, was seine Aufgabe erschwert.
- Interessant ist es, wenn der Leiter der Weinprobe außer einer Leinwand auch einen Platz hat, wo die öffentlich verkosteten Flaschen verbleiben, so dass die Etiketten auch von weitem zu sehen sind.
- Zu Beginn einer Weinprobe sollte immer eine Dia- oder Videovorführung in Betracht gezogen werden, um über die zu verkostenden Weine zu informieren: Kellereien, Ursprungsort und -land sowie anderes Wissenswerte über Geschichte, Qualität oder Statistik.

Die Gläser

- Die Gläser müssen bei einer professionellen Weinprobe klar sein; sie dürfen nicht getönt, undurchsichtig oder mit farbigem Rand versehen sein, wie es häufig bei feinen Glaswaren der Fall ist.
- Viele schätzen die unterschiedlichen Formen, die Gläser haben können. Wir empfehlen tulpenförmige Gläser, die die Aromen der zu verkostenden Weine halten.
- Idealerweise hat jeder Teilnehmer so viele Gläser wie Weine zu probieren sind, zuzüglich eines Wasserglases.

Die Prüfbögen

- Bei jeder professionellen Weinprobe erhalten die Prüfer einen Prüfbogen mit folgenden Angaben in vertikaler Anordnung: Reihenfolge der zu verkostenden Weine mit fortlaufender Nummerierung und detaillierter Beschreibung zu Namen, Sorte, Jahrgang, Herkunft und Produzent.
- Ferner sind auf dem Prüfbogen die zu beurteilenden Kriterien - Farbe, Aroma, Geschmack - horizontal vermerkt und manchmal mit Punktzahlen

versehen. Dann gibt es eine Spalte für Notizen.

Reihenfolge der Verkostung

- Bei der Reihenfolge der Verkostung gibt es strikte Regeln, die oft angepasst werden müssen, damit alle Weine die gleiche Chance haben, angemessen verkostet und beurteilt zu werden.

Die Regeln sehen folgendermaßen aus:

- Zuerst werden die weißen und dann alle roten Weine verkostet.
- Innerhalb dieser Kategorie - weiß oder rot - probiert man vom trockensten bis zum süßesten bzw. zum größten Restzuckergehalt. Gibt es einen oder zwei süße Weine oder solche mit hohem Zuckergehalt, kommen sie am Schluss der Probe an die Reihe.
- Die Reihenfolge reicht vom jüngsten bis zum gereiftesten Wein, immer innerhalb ihrer Kategorien. Ein nicht mit Holz behandelter Wein kommt vordem mit Holz behandelten. Lagerten beide in Holz, ist der Zeitraum ausschlaggebend: kurz vor lang.
- Manche Leiter sortieren die Weine nach dem Charakter der Rebe und nehmen neutralere vor gehaltvolleren: Bei den Weißweinen kommt ein Semillón immer vor einem Chardonnay. Weine mit weniger Körper oder Gerbsäure kommen vor solchen mit mehr Körper oder Gerbsäure: Merlot oder Tempranillo vor Cabernet Sauvignon. Weine mit weniger akzentuierter Farbe kommen vor solchen mit intensiverer Farbe: Pinot Noir vor Cabernet Sauvignon.
- Ist die Reihenfolge festgelegt, werden die Weine entsprechend ihrer Anzahl durchnummeriert und auf dem Prüfbogen vertikal eingetragen.

Das Servieren der Weine

- Alle Flaschen werden etwa eine halbe Stunde vor dem Verkosten geöffnet.
- Oft verfügt der Leiter, dass die Flaschen erst kurz vor Beginn der Verkostung geöffnet werden, um beurteilen zu können, ob alle Sorten in einwandfreiem Zustand sind.
- Der Leiter der Weinprobe weist die Kellner an, die Weine so zu servieren, wie es vorher besprochen wurde: entweder einzeln oder in Gruppen zu

zweien, dreien oder vieren, um Ähnlichkeiten bzw. Unterschiede festzustellen.

- Die Nummer des im Glas servierten Weines entspricht genau dessen Kennzeichnung auf der Platzdecke und auf dem Prüfbogen.

Das Entkorken der Weine

- Das Entkorken erfordert Sorgfalt. Zuerst muss die Kapsel mit einem Messer oder Kapselschneider entfernt werden, so dass der Flaschenhals vollständig von der Kapsel befreit ist. Dann wird der Korkenzieher weit genug in den Korken hinein gedreht, um zu verhindern, dass dieser - vor allem, wenn es sich um einen alten Korken handelt - während des Entfernens bröckelt oder reißt.
- Am besten geschieht das Entkorken nicht in Eile, sondern langsam.
- Bleiben Korkenstückchen am Innenrand des Flaschenhalses haften, entfernt der Kellner sie, und zwar vorzugsweise mit einer Stoffserviette, notfalls mit saugfähigem Papier.
- Nach dem Öffnen der Flaschen prüft der Leiter den Geruch der Korken sowie die Weine, um sicherzugehen, dass alle in einwandfreiem Zustand sind.
- Die Kellner berühren auf keinen Fall die Öffnung einer entkorkten Flasche mit der Hand. Geschieht dies doch, wird die Mündung mit einer Stoffserviette gereinigt.

Die Temperatur der Weine beim Servieren

- Weißweine werden einige Stunden gekühlt, weshalb die Örtlichkeiten für eine professionelle Weinprobe über geeignete Kühlvorrichtungen verfügen müssen.
- Es wird empfohlen, Weißweine mit einer Temperatur von 10 bis 12, Rotweine mit einer Temperatur von 18 bis 20 Grad zu servieren.
- Manche Fachleute sind der Auffassung, dass junge Rotweine, die nicht in Holz gereift sind oder mit eher wenig Tannin kurz gekühlt und bei einer niedrigeren als im vorherigen Abschnitt erwähnten Temperatur getrunken werden könnten. Dies gilt auf keinen Fall für Rotweine mit ausgeprägterem Tanningehalt.

Die Beilagen

- Bei professionellen Weinproben gibt es ein Glas Wasser für jeden Teilnehmer, außerdem Platten mit weichem Brot, sehr neutrales Soda- oder Salzgebäck ohne Eigengeschmack und milden Käse ohne starken Geschmack oder Aroma, so dass die Teilnehmer den Mund reinigen und weiter probieren können. Manche Veranstalter fügen den Platten mit Brot, Gebäck und Käse noch Trauben zur Dekoration hinzu.

Die Spucknapfe

- Bei einer professionellen Probe werden die Weine nicht getrunken, sondern nach dem Probieren ausgespuckt. Um den Teilnehmern dies zu ermöglichen, werden Behälter aufgestellt, entweder einen pro Person oder für mehrere zusammen.
- Es gibt Spucknapfe aus Metall - Eimer für mehrere Teilnehmer -, solche aus Keramik - Blumentöpfe mit etwas Sägemehl oder Sand -, solche bestehend aus einer recht einfachen Holzkonstruktion mit offenem Plastiksack und etwas Sägemehl, Spänen oder Sand und die bekannten Thermosflaschen aus Plastik für Kaffee als Einzelnapf. Letztere müssen groß und undurchsichtig sein. Durchsichtige Behälter als Spucknapf sind unästhetisch.
- Sind die Spucknapfe nicht groß genug, müssen sie im Laufe der Verkostung geleert werden, was ausreichend eingeplant werden muss. Zu diesem Zweck müssen die Kellner über Behälter oder Spülbecken in einem Nebenraum verfügen.

Curriculum Vitae

- Manche Organisatoren verteilen mit den Prüfbogen kleine Hefte mit fotokopierten Etiketten der Weine, die verkostet werden - eines pro Seite, damit die Teilnehmer sich zu Hause daran erinnern, was sie gekostet haben, und die Weine in den Läden und Supermärkten kaufen -, mit Informationen über die Kellerei(en), einer Liste der verschiedenen Käsesorten und einem kurzen Curriculum Vitae des Leiters.

Weinprobe im Weltladen XY am ZZ.ZZ.2010

<i>Weißweine</i>	<i>Farbe</i>	<i>Geruch</i>	<i>Geschmack</i>
Koopmanskloof Sauvignon blanc 2009 Südafrika			
Lautaro Bio Sauvignon blanc 2009 Chile			
Solombra Bio Torontès 2009 Argentinien			
<i>Roséwein</i>			
Koopmanskloof Pinotage Rosé 2009 Südafrika			
<i>Rotweine</i>			
Lautaro Bio Merlot 2009 Chile			
Solombra Bio Cabernet- Bonarda 2009 Argentinien			
Koopmanskloof Cabernet Sauvignon 2009 Südafrika			
Lautaro Bio Carmenère 2009 Chile			
Solombra Malbec 2009 Argentinien			
Koopmanskloof Shiraz 2009 Südafrika			

Beispiele zum Verkostungsbogen

Weine	Farbe	Geruch	Geschmack
Weißweine	blasses graugelb, helles gelbgrün, helles goldgelb, goldgelb, gelbbraun, braun,	<u>blumig:</u> Rose, Holunderblüte <u>Obst:</u> Aprikose Pfirsich Quitte, Stachelbeere Birne, Apfel, Zitrusfrüchte, tropische Früchte (Ananas, Mango) <u>Grasig:</u> Paprika <u>Trocken:</u> Tee, Heu Haselnüsse, Honig	<u>Säure:</u> sauer/ beißend über frisch/ lebhaft bis flach. <u>Nachgeschmack:</u> Blumig/fruchtig/ Sauer/bitter <u>Aromen s.</u> links
Roséweine	gräulichrosah imbeerfarben, lachsfarben,	<u>blumig:</u> Rose <u>beerig:</u> Erdbeere, Himbeere, Fruchtbonbon	<u>Säure:</u> beißend, frisch, flach <u>Nachgeschmack:</u> Fruchtig/
Rotweine	tintenfarb en, violettrot, kirschrot, purpurrot, rubinrot, granatrot, ziegelrot, kupferrot,	<u>Blumig:</u> Veilchen <u>Beerig:</u> Brombeere, Johannisbeere, Holunderbeere, <u>Obst:</u> Kirsche, Pflaume, Rosine, Dörripflaume <u>Erdig:</u> Moos, Pilze <u>Gewürze:</u> Vanille, Lakritze, Zimt, Gewürznelke, Muskatnuss <u>Röstaromen:</u> Tabak, Rauch, Kaffee, Schokolade, Karamel, Toastbrot	<u>Gerbstoffe:</u> Hart/ adstringierend bis weich/ süß <u>Nachgeschmack:</u> fuchtig, würzig, holzig, gerbstoffreich. <u>Aromen s.</u> links

Aromen von Weinen:

Typische Traubenaromen:

Chardonnay: Zitrone, Grapefruit, Mango, Banane, Pfirsich, Apfel, Haselnuss

Sauvignon Blanc: Stachelbeere, Zitrone, Brennnessel, Paprika, grüne Tomate

Cabernet Sauvignon: Schwarze Johannisbeere, Pflaume, Zedernholz, Gewürznelke, Tabak, schwarzer Pfeffer

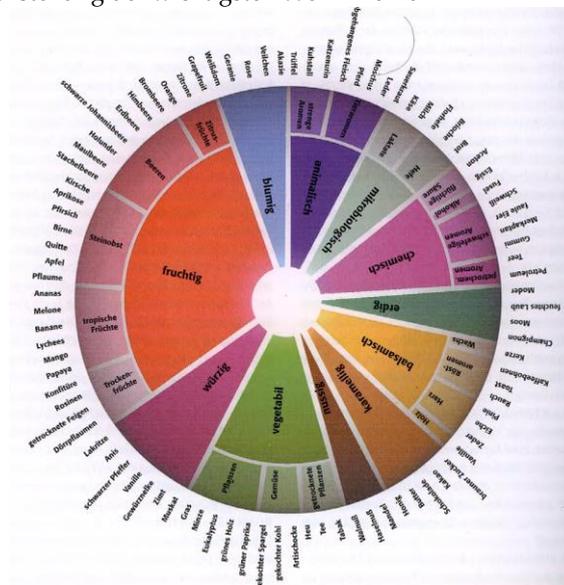
Merlot: Brombeere, schwarze Johannisbeere, Backpflaume, Kirsche, Pilze

Shiraz: Schwarze Johannisbeere, Himbeere, Brombeere, Veilchen, Zedernholz, Gewürznelke, Pfeffer, Leder, Lakritze, Teer

Malbec: Veilchen, Johannisbeere, Kirsche, Pflaume, Himbeere, Pfeffer, Schokolade

Das Aromarad:

Eine Zusammenstellung der wichtigsten Wein Aromen



5.3. Anmeldeformular zur Weinprobe

Anmeldeformular zur **Weinprobe**



WINZER
GENOSSENSCHAFT
Mayschoß-Altenahr

Vorname:

Name:

Firma:

Straße, Nr.:

PLZ, Ort:

Telefon:

Email:

Datum der Weinprobe: Beginn der Weinprobe:

Gepf. Aufenthaltsdauer:

Anzahl der Personen: Anzahl der Weine:

Auswahl anderer Rahmenprogramme (z.B. Wandernde Weinprobe, Wein-Team-Challenge, etc.):

Speisenauswahl (Tellergerichte oder Buffet):

Sonstiges / Wünsche:

Zahlungsweise: Bar vor Ort/EC-Cash Rechnung

Datum, Ort: Unterschrift:

AGB Weinproben:
Meldefristen: Alle Speisen und die bindende Personenzahl sind bis spätestens 7 Werktage vor dem Beginn anzugeben. Jegliche Änderungen am Programmablauf, der Speisenauswahl oder der Personenzahl bedürfen zwingend der Schriftform. Bei Verspätungen von mehr als 30 Minuten berechnen wir eine Aufwandsentschädigung von 15,- € pro angefangener halben Stunde. **Stornierungsfristen (bei kompletter Stornierung der Weinprobe/Veranstaltung):** bis 14 Tage vorher: ohne Gebühren, bis 5 Tage vorher: 50% Kostenübernahme, ohne Abmeldung nicht zur Weinprobe erschienen: 100% Kostenübernahme. Nach Beendigung der offiziellen Weinprobe werden pro angefangener Stunde des weiteren Aufenthalts 15,-€ berechnet. Alle weiteren Getränke außerhalb der Weine zur Weinprobe werden nach Verbrauch berechnet werden.

Bitte dieses Formular unterschrieben an Fax-Nr.: 0 26 43 / 93 60 93 oder per Post an die angegebene Adresse zurücksenden.

Winzer Genossenschaft Mayschoß-Altenahr
z.H. Herrn Matthias Baltes
Ahrrotweinstraße 42 · 53508 Mayschoß/Ahr · Telefon (0 26 43) 93 60 - 20 · Telefax (0 26 43) 93 60-93
baltes@wg-mayschooss.de · www.winzer-genossenschaft-mayschooss.de

6. Análisis aplicado a la traducción de los textos y propuestas de traducción

6.1. Ficha de cata

—Análisis de la macroestructura del TO

Como se puede observar, se trata de un documento procedente de una empresa alemana en Mönchaltorf llamada *Titanex GmbH*. En la parte superior del documento aparece información básica de contacto de la empresa, como el número de teléfono, email, página web, que no han sido traducidas dado que es información original de la mencionada empresa. A esta información básica le sigue un espacio para las notas. Hemos empleado una traducción literal, y así el término *Degustationsnotizen* aparece como “notas de la degustación” en el TM.

A continuación, aparecen las fases de la cata de vinos. La primera fase, la visual, que se ha empleado el término *Erscheinung*, que traducido como “aparición”. Aquí aparecen generalmente adjetivos que describen la primera impresión visual de un vino. En este apartado aparecen multitud de colores muy específicos que se han traducido como *rosa-rot* (rosado), *dunkel violett* (violeta oscuro) u *orange-braun* (marrón anaranjado). Junto a estos adjetivos aparecen otras características, tales como *klar* (claro), *milchig*: (lechoso), *trüb* (turbio), *grüngelb* (amarillo pajizo), *gelb*: (amarillo) y *gold*: (oro).

En cuanto a las notas, se puede observar que las calificaciones en esta ficha de cata se valoran del 1 al 6, empleando por tanto una escala numérica²⁷, siendo en alemán “*Skala von 1: unappetitlich bis 6: ausgezeichnet*”, traducido al español como “escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)”. Dado que el significado literal de *unappetitlich* es “no apetecible”, hemos optado por la traducción libre y tomado el término “desagradable” como equivalencia en este contexto.

En la siguiente fase, nos encontramos con el aroma del vino. En el TO se ha empleado el término *Aroma* así como *Bouquet*, préstamo procedente del francés. Para su traducción, aunque también podríamos emplear “bouquet”, dado que es un término aceptado y de gran empleo en este ámbito, se ha

²⁷ Existen tres tipos de escala para calificar un vino: la escala de medida descriptiva, que incluye los valores excelente-óptimo-bueno-discreto-suficiente-ordinario; la escala de medida numérica, donde la calificación de excelente sería para una puntuación de 6 y la calificación de ordinario sería para una puntuación de 1; y la escala de medida libre, donde el catador puede puntuar anotando aquellas cuestiones que considere más relevantes.

optado no obstante por su adaptación al español en la grafía, y así se ha traducido por “buqué”. En este apartado, aparecen diferentes términos traducidos con su equivalente acuñado en español: *würzig*> especiado; *fruchtig*> afrutado; *Zitrone*> limón; *blumig*> floral; *Kräuter*> hierba; *rauchig*> ahumado; *Petrol*> petróleo; *Honig*> miel.

Por último, la fase gustativa representada en el TO como *Geschmack* se ha traducido como “sabor”. En general, se ha empleado una traducción literal de los términos: *sauer*> ácido; *süß*> dulce; *trocken*> tánico; *spezifische Früchte*: afrutado; *buttrig*> mantecoso; *holzig*> leñoso; *Eiche*> roble; *nussig*> almendrado; *frisch*> fresco; *vollmundig*> gustoso; *kantig*> canteado; *bitter*> amargo; *weich*> suave; *ausgewogen*> equilibrado; *fett*> graso; *anhaltend*> persistente en boca y *lange*> duradero.

—Observaciones para la traducción.

Al tratarse de una cata analítica, en el TO se emplean únicamente términos técnicos. Muchos de ellos tienen su equivalente acuñado en español, por lo que hemos recurrido a glosarios terminológicos de términos vitivinícolas para buscar su equivalencia. Cabe destacar la ausencia de verbos, característica esta propia de esta tipología textual, como ya se ha señalado en epígrafes anteriores.

—Propuesta de traducción al español:



Titanex GmbH – TheWineCompany.ch
Sternenweg
17 CH-8617
Mönchaltorf

Tel. +41 (44) 463 53 82 - taste@TheWineCompany.ch - www.TheWineCompany.ch

Notas de la degustación

Lugar/Fecha: Vino _____
País/ Año de la región _____
de la uva _____
Precio _____

Apariencia

Por ejemplo: rojo (brillante), rosado, violeta oscuro, marrón anaranjado, claro, lechoso, turbio, amarillo pajizo, amarillo, oro.
Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Aroma/Buqué

Por ejemplo: especias, afrutado, limón, floral, hierba, petróleo, ahumado, miel. Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Sabor

P. ejemplo: ácido, dulce, seco, tánico, afrutado, mantecoso, leñoso, roble, almendrado, fresco, gustoso, canteado, amargo, suave, equilibrado, graso, duradero... Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Impresión final

Puntuación: Relación calidad/precio del 1 al 3 insuficiente. Del 3 al 6 excelente

Notas de la degustación

Lugar/Fecha: Vino _____
País / Año de la región _____
de la uva _____
Precio _____

Apariencia

Por ejemplo: rojo (brillante), rosado, violeta oscuro, marrón anaranjado, claro, lechoso, turbio, amarillo pajizo, amarillo, oro.
Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Aroma/Buqué

Por ejemplo: especias, afrutado, limón, floral, hierba, petróleo, ahumado, miel. Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Sabor

P. ej. Ácido, dulce, seco, tánico, afrutado, mantecoso, leñoso, roble, almendrado, fresco, gustoso, canteado, amargo, suave, equilibrado, graso, persistente en boca, duradero... Escala del 1 (desagradable) al 6 (excelente)

1	2	3	4	5	6

Impresión final

Puntuación: Relación calidad/precio del 1 al 3 insuficiente. Del 3 al 6 excelente

Tel. +41 (44) 463 53 82 - taste@TheWineCompany.ch - www.TheWineCompany.ch

6.2. Pautas para la realización de una cata profesional

Este documento es de gran importancia, ya que una traducción incorrecta de alguno de los apartados podría poner en peligro la realización de la cata y que los participantes/ catadores no pueden llevar a cabo su cometido.

—Análisis de la macroestructura del TO

En una visión general del texto, podemos observar diferentes apartados en su macroestructura relacionados con cómo deber ser la sala (*Raum*), la mesa (*Tisch*), el espacio (*Räumlichkeit*), las copas (*Gläser*) o los formularios (*Prüfbögen*), seguido de cómo debe ser el orden de la degustación (*Reihenfolge der Verkostung*), servir el vino (*das Servieren der Weine*), el descorchado (*das Entorken*), la temperatura del vino al servir (*Temperatur der Weine beim Servieren*), los acompañamientos (*die Beilagen*), las escupideras (*die Spucknäpfe*) y el *curriculum vitae* de los catadores participantes. El documento finaliza con ejemplos de marcas en función del tipo de vino, (ya sea blanco – *Weissweine*-, rosado –*Roséwein*-, tintos –*Rotweine*) y con otros ejemplos de fichas de cata.

En la parte final del documento aparece la rueda de los aromas (*das Aromarad*), para cuya traducción hemos llevado a cabo una labor de localización, cambiando la versión en alemán por la ya existente en español.

—Observaciones para la traducción.

En el plano morfosintáctico, en este texto predomina la presencia de oraciones subordinadas:

- Subordinadas finales: “...um sämtliche Düfte oder Gerüche vollständig zu entfernen“. “Um alle Aspekte der Weine würdigen zu können...“, „...damit alle Weine die gleiche Chance haben...“
- Subordinadas adverbiales: „während sollte immer eine Dia- oder Videovorführung in Betracht gezogen werden...“
- Subordinadas con dass: „Oft verfügt der Leiter, dass die Flaschen erst kurz vor Beginn der Verkostung geöffnet werden...“
- Subordinadas causales con so dass: „so dass der Flaschenhals vollständig von der Kapsel befreit ist“

—Propuesta de traducción al español:

Organizar una cata de vinos profesional

En una cata de vinos profesional se examinarán aspectos tales como el color, aroma y sabor. Algunos expertos también hablan del sonido del vino al entrar

en contacto con la copa.

Para poder apreciar todos los aspectos de los vinos, una cata debe cumplir con un conjunto de normas que queremos definir a continuación.

La sala

- La sala debe contar con una luz lo más natural posible, así como cristales transparentes y no opacos, o bien ventanas sin ningún tipo de tono que pueda variar el color del vino. Si se usa luz artificial, ésta debe ser blanca.
- Si en la habitación hay humo, plantas o algún otro tipo de ornamentación que haga que el aire no sea fresco, se deben abrir todas las ventanas de la habitación unas horas antes de la cata para eliminar por completo todos los olores o perfumes.
- Antes y durante la cata está totalmente prohibido fumar en la sala.
- Hay que prescindir de plantas u otra ornamentación que desprenda aroma en la sala.
- Es ideal que los participantes estén sentados cómodamente. Deben permanecer de pie en la realización más delicada de la prueba: servir en las copas, en los comunicados de los directores, etc.

La mesa

- La mesa en la cata debe ser blanca. No se recomienda usar manteles de color salmón, beige o de color hueso.
- Además de la mesa para el examinador, debería haber un trincherero para las botellas desde la cual los camareros sirven al examinador. Las botellas descorchadas se ordenan en filas cuya numeración corresponde a las hojas de prueba.

El espacio

- La cata puede realizarse en salas de diferente tamaño. Lo ideal es un salón de actos, en la que el director hable sobre un escenario o estrado, mientras que los participantes se encuentren sentados en mesas rectangulares dispuestas en filas consecutivas con una banda en el medio más allá del director. En este caso, debería haber suficiente espacio libre entre las mesas para que el camarero pueda servir cómodamente a los participantes.
- En mesas redondas se corre el riesgo de que los participantes se

conozcan unos a otros y se preste menos atención al director, lo que complica su tarea.

- Resulta curioso que el director de la cata de vinos aparte de un lienzo tenga una plaza más allá donde permanecen públicamente las botellas catadas, para que las etiquetas también puedan verse desde lejos.
- Para comenzar una cata debe tomarse en consideración una diapositiva o una presentación de vídeo para informar sobre los vinos degustados: Bodegas, origen y país así como otros datos interesantes sobre la historia, la calidad o la estadística.

Las copas

- Las copas en una cata profesional deben ser transparentes, no deben ser teñidas, opacas o tener el borde de color, como es frecuente en el caso de la fina cristalería.
- Muchos aprecian las diferentes formas que pueden tener las copas. Se recomiendan copas con forma de tulipán que retienen los aromas de los vinos degustados.
- Lo ideal es que cada participante tenga tantas copas como vinos para probar, además de vasos de agua.

Los formularios

- En cada cata profesional, cada examinador recibe un formulario con los siguientes datos ordenados verticalmente: Orden de los vinos a degustar con numeración consecutiva y descripción detallada del nombre, clase, año, origen y productor.
- Además del formulario de criterios evaluables, color, olor, sabor, apuntados horizontalmente y a veces provistos con las puntuaciones. A continuación hay una columna para las notas.

Orden de la degustación

- Para el orden de la degustación hay reglas estrictas, que a menudo deberán amoldarse para que todos los vinos tengan la misma oportunidad de ser debidamente catados y juzgados.

Las reglas son las siguientes:

- En primer lugar, se degustarán los vinos blancos y después todos los tintos.
- Dentro de esta categoría (blancos o tintos) se prueban de los más

secos a los más dulces. Por ej. los de un alto contenido en azúcar. Habiendo uno o dos vinos dulces o tales con un alto contenido en azúcar son puestos al final de la cola en la prueba.

- El orden va desde los vinos más jóvenes hasta los más maduros, siempre dentro de su categoría. Un vino de madera no tratado viene antes que los de madera tratada.

Ambas almacenadas en madera es el período decisivo: justo antes de tiempo.

- Algunos directores clasifican los vinos por el carácter de la vid y toman los más neutros antes que los de contenido rico: para los vinos blancos un Semillón siempre va antes que un Chardonnay. Los vinos con menor cuerpo o tanino van delante de aquellos con más cuerpo o tanino: Merlot o Tempranillo antes que el Cabernet Sauvignon. Los vinos con color menos acentuado vienen antes que aquellos que tienen un color más intenso: Pinot Noir antes que Cabernet Sauvignon.
- Es el orden establecido los vinos se enumeran según su número correspondiente y se inscriben verticalmente en el formulario.

Servir el vino

- Todas las botellas se abrirán al menos media hora antes de la degustación.
- A menudo, el director dispone de las botellas hasta poco antes de abrirlas al comienzo de la degustación con el fin de comprobar que todas las variedades están en perfecto estado.
- El director de la cata encarga al camarero servir el vino como se indicó anteriormente: ya sea individualmente o en grupos de dos, tres o cuatro para determinar similitudes o diferencias.
- El número del vino servido en copa se corresponde con la marca en el mantel y en el formulario.

El descorchado del vino

- El descorche requiere mucho cuidado. En primer lugar se debe quitar la cápsula con un cuchillo o un cortacápsulas, de tal manera que el cuello de la botella quede completamente exento de la cápsula. A continuación, se girará lo suficiente el sacacorchos para evitar que el corcho, sobre todo si es viejo se desmorone o se rompa.
- Lo mejor es que se realice lentamente, sin prisa.
- El camero retira los restos de corcho que permanezcan en el interior del

cuello de la botella, preferiblemente con una servilleta de tela, y si no hay más remedio con un papel absorbente.

- Tras la apertura de la botella, el director examina el olor del corcho, así como el vino para asegurarse de que todo está en perfectas condiciones.
- El camarero no debe tocar de ninguna manera la abertura de una botella descorchada con la mano. Si esto sucede, limpie la boca de la botella con una servilleta de tela.

La temperatura del vino al servir

- El vino blanco se enfriará unas horas, por esta razón los lugares donde tiene lugar una cata de vinos profesional deben disponer de un sistema de refrigeración adecuado.
- Se recomienda servir el vino blanco a una temperatura de 10 a 12 grados y el vino tinto a una temperatura de 18 a 20 grados.
- Algunos expertos consideran que los tintos jóvenes que no están madurados en madera o brevemente refrigerados con muy poco tanino y podría beberse a una temperatura más baja que la mencionada en el párrafo anterior. Esto no se aplica de ninguna manera en vinos tintos con taninos más pronunciados.

Los acompañamientos

- En las catas profesionales hay un vaso de agua para cada participante. Además hay bandejas con pan tierno, carbonato de sodio neutro o aperitivos salados sin sabor y queso suave sin sabor ni olor para que los participantes se limpien la boca y puedan seguir probando. Algunos organizadores añaden uvas a la bandeja con pan, galletas y queso para decorarla.

Las escupideras

- En una cata profesional, los vinos no se beben, sino que después de probarlos se escupen. Se colocará un recipiente para los participantes, ya sea uno por persona o para varias.
- Hay escupideras de metal. Cubos para varios participantes de cerámica, tiestos con un poco de serrín o arena, que consisten en una estructura bastante simple de madera con una bolsa abierta de plástico, algo de serrín, virutas o arena y los conocidos termos de plástico para el café como plato único. Este último debe ser grande y opaco. Los recipientes transparentes usados como escupidera son antiestéticos.

- Las escupideras que no son lo suficientemente grandes, deben vaciarse durante el transcurso de la cata, lo que debe planificarse lo suficiente. Para este fin, el camarero debe disponer de un recipiente o fregadero en una habitación contigua.

Curriculum Vitae

- Algunos organizadores distribuyen con los formularios pequeños folletos con etiquetas fotocopiadas de los vinos catados, uno en cada página, para que los participantes en su casa recuerden lo que costaban y puedan comprar los vinos en las tiendas y supermercados, con información acerca de la bodega(s), una lista con los distintos tipos de quesos y un breve currículum vitae del director.

Cata en Weltladen XY en ZZ.ZZ.2017

<i>Vinos blancos</i>	<i>Color</i>	<i>Olor</i>	<i>Sabor</i>
Koopmannskloof Sauvignon blanc 2009 Sudáfrica			
Lautaro Bio Sauvignon blanc 2009 Chile			
Solombra Bio Torontès 2009 Argentina			
<i>Vino rosado</i>			
Koopmannskloof Pinotage Rosé 2009 Sudáfrica			

Vinos tintos			
Lautaro Bio Merlot 2009 Chile			
Solombra Bio Cabernet- Bonarda 2009 Argentina			
Koopmanskloof Cabernet Sauvignon 2009 Sudáfrica			
Lautaro Bio Carmenère 2009 Chile			
Solom bra Malbe c 2009 Argentina			
Koopma nskloof Shiraz 2009 Sudáfrica			

Ejemplos de hojas de cata

<i>Vinos</i>	<i>Color</i>	<i>Olor</i>	<i>Sabor</i>
Vinos blancos	amarillo grisáceo pálido, verde amarillento, amarillo dorado, mostaza, marrón	<u>Aroma:</u> Rosa, flor de saúco Fruta: melocotón, albaricoque Membrillo, grosella espinosa pera, manzana,	Acidez: ácido/picante sobre fresco/intenso hasta plano <u>Final de boca:</u> Floral / afrutado / ácido / amargos
Vino rosado	rosa grisáceo, frambuesa, salmón	<u>Aroma:</u> Rosa bayas: Fresa, frambuesa, caramelo de fruta	Acidez: picante, fresco, plano Final de boca: afrutado
Vinos tintos	color tinta, violeta, cereza, púrpura, rubí, granate, ladrillo, cobre	<u>Aroma:</u> Violeta Bayas: Moras, grosella, baya de saúco, Frutas: Cereza, ciruela, pasas, ciruelas <u>Tierra:</u> Musgo, hongos Especias: Vainilla, regaliz, canela, clavo, nuez	<u>Taninos:</u> De fuerte/astringente a suave/dulce. Final de boca: afrutado, picante, leñoso, tánico Aromas (izquierda)
General	Intensidad de color: oscuro,	Limpio/Deficiente Intenso/reserva	<u>Cuerpo:</u> De magro a graso

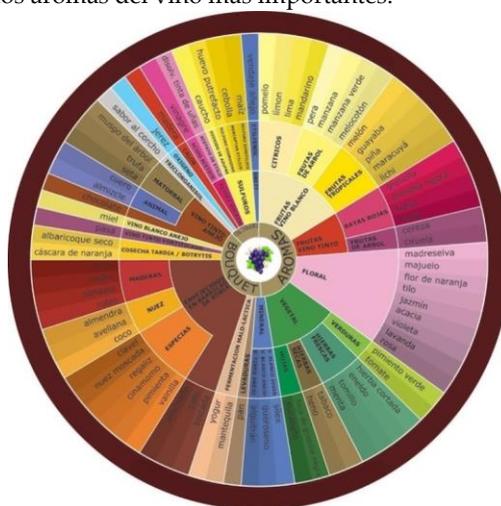
Aroma de los vinos

Sabores de uva característicos:

Chardonnay:	Limón, pomelo, mango, plátano, melocotón, manzana, avellana
Sauvignon Blanc:	grosella, limón, ortiga, pimienta rojo, tomate verde
Cabernet Sauvignon:	Grosella negra, ciruela, cedro, clavo, tabaco, pimienta negra
Merlot:	mora, grosella negra, ciruela, cereza, hongos
Shiraz:	grosella negra, frambuesa, mora, violetas, cedro, clavo, pimienta, cuero, regaliz, alquitrán
Malbec:	Violeta, grosella, cereza, ciruela, frambuesa, pimienta, chocolate

Rueda de los aromas y sabores²⁸:

Recopilación de los aromas del vino más importantes:



²⁸ URL: <https://www.vinetur.com/2014120317595/que-es-la-rueda-de-aromas-del-vino.html>. [Fecha de consulta: 25 de julio de 2017].

6.3. Formulario de inscripción a una cata

—Análisis de la macroestructura del TO

En el TO, formulario para inscribirnos en una cata de vinos, aparece información que hay que rellenar para cada uno de los participantes que deseen a asistir a la cata de vinos, la duración aproximada de la misma (*Aufenthaltsdauer*), así como la cantidad de vinos que se van a degustar (*Anzahl der Weine*). En la parte final del documento aparece una serie de información acerca de los plazos de inscripción (*Meldenfristen*) y de las tarifas y cargos (*Gebühren*) que se les aplican a los participantes en función de su asistencia a la cata de vinos.

—Observaciones para la traducción.

Para una buena traducción del alemán al español he intentado traducir dando importancia, sobre todo, al sentido, ya que una vez que el traductor se documenta acerca del funcionamiento de una cata de vinos, es mucho más fácil su traducción.

Ambos idiomas cuentan con gramáticas muy diferentes por lo que la estructura de las frases varía de una lengua a otra. Debido a estas diferencias estructurales y terminológicas ha sido un poco compleja la traducción de los documentos, ya que la existencia de multitud de términos especializados hace que esta tarea de traducción especializada se complique, sobre todo porque muchos de los términos pueden carecer de una traducción ya existente en el idioma de llegada. Sin embargo, gracias a la labor de investigación sobre la materia, la puesta en práctica de las diferentes estrategias de traducción y logrando solventar problemas que se han ido presentando a lo largo del trabajo se ha podido completar satisfactoriamente todo el proceso.

Formulario de inscripción **Cata de vinos**

Nombre:

Apellidos:

Empresa:

Calle, Nº:

C.P, lugar:

Teléfono:

Email:

Fecha de la cata de vinos: Comienzo:

Duración aproximada:

Número de personas: Número de vinos:

Selección de otros programas de apoyo (por ejemplo Wandernde Weinprobe, Wein-Team-Challenge, etc.):

Selección de platos (platos o buffet):

Otras condiciones / Deseos:

Forma de pago:

En efectivo en el momento /EC-Cash

Cuenta corriente

Fecha, lugar:

Firma:

Términos y condiciones:

Plazos de inscripción: Todos los alimentos y el número de personas se especificarán hasta un máximo de 7 días hábiles antes del comienzo de la cata. Cualquier cambio en el programa, en el menú o en el número de personas debe ser puesto por escrito. Con retrasos de más de 30 minutos se cobra una compensación de 15 € por cada media hora. **Los plazos de cancelación (para la cancelación completa de la cata de vinos y eventos):** hasta 14 días antes del evento: sin cargo. Hasta 5 días antes: cargo del 50% de los gastos. Sin aviso de la no asistencia a la cata de vinos: cargo del 100%. Una vez terminada la cata de vinos oficial se cobrará por hora o por permanencia 15,- €. Todas las demás bebidas con excepción de los vinos para la cata se cobrarán en función del consumo.

Enviar este formulario firmado al fax no. : 0 26 43 / 93 60 93 o enviar por correo a la dirección indicada.

Conclusiones

Una vez realizado el análisis y la traducción de los textos, podemos establecer las siguientes conclusiones:

- La traducción de textos del sector vitivinícola es una traducción especializada, dado que se emplea un léxico específico,

- únicamente dominado y entendido por los expertos (productores, enólogos, catadores, distribuidores, etc.), y que solo en ocasiones comparte parte de su vocabulario con la lengua general o común.
- b) El vino forma parte de un patrimonio cultural y material sobre el que giran numerosos ámbitos y sectores productivos, entre los que cabría destacar, por mencionar solo algunos, el cultivo de la vid, la producción de vino, su comercialización, la normativa vigente, el turismo enológico, la publicidad, etc. Esta variedad de ámbitos supone, a su vez, distintas especializaciones dentro del sector vitivinícola, lo que supone un alto grado de especialización por parte de los traductores dedicados a la traducción de este tipo de textos.
 - c) Dado que en algunos ámbitos en torno al vino (enología, procesos de fabricación, cata y valoración de vinos) hay un elevado número de términos especializados, el dominio de esta terminología posibilitará al traductor poder encontrar las equivalencias adecuadas.
 - d) Finalmente, hemos podido comprobar, de forma práctica mediante la realización de las traducciones, que se cumple la hipótesis de partida inicial: el conocimiento y dominio del léxico especializado de la vitivinicultura, en especial de aquel perteneciente al análisis organoléptico del vino, esto es, de la cata, facilitará al traductor su labor.

Referencias bibliográficas

- ALCARAZ, E. et.al. (ed.). (2007). *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona, Ariel.
- ANDREU GUERRERO, R.; VERDÚ ALBERT, L. (2012). Turismo enológico en Alicante: la ruta del vino en el municipio de Pinoso. *Cuadernos de Turismo* 30, 35-61.
- BARBA, L. M. (2002): *La cata de vinos*. Barcelona: Plaza & Janes Editores.
- BOSIO, I. V.; CUBO DE SEVERINO, L. (2010). Patrones de ordenamiento cognitivo en el Análisis Sensorial de Vinos (ASV). *Estudios avanzados* 14, 193-206.
- BUJÁN, J. (2002). *Guía de la nueva cultura del vino*. Barcelona, Rubens editorial.

- CABALLERO, R.; SUÁREZ-TOSTE, E. (2008). *Translating the senses: Teaching the metaphors in winespeak*. Applications of Cognitive Linguistics. Vol. 6. [En línea: http://www.academia.edu/941597/Translating_the_Senses_Teaching_the_Metaphors_In_Winespeak Consulta: 20 de julio de 2017].
- CABRÉ, M. T. (2004): *La terminología en la traducción especializada*. En: Gonzalo García, Consuelo, García Yebra, Valentín (eds.). Manual de documentación y terminología para la traducción especializada. Madrid: Arco/libros, 89-122.
- _____. (2000). *El traductor y la terminología: necesidad y compromiso*. Instituto Universitario de Lingüística Aplicada, Universidad Pompeu Fabra. Panace@ Vol. 1, No. 2. Barcelona, España.
- _____. (1999). La terminología: representación y comunicación. Una teoría de base comunicativa y otros artículos. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística Aplicada), 2) "El traductor y la terminología". Coloquio Internacional: Interpretar, Traducir Textos de la(s) Cultura(s) Hispánica(s). Scuola Superiore di lingue moderne per interpreti e traduttori. Università degli Studi Bologna. Forlì, 21-23 de octubre de 1999. [En línea: http://www.academia.edu/19489332/LA_TERMINOLOGIA_EN_LA_TRADUCCIN_ESPECIALIZADA. Consulta: 9 de julio de 2017].
- _____. (1993). *La terminología: teoría, metodología, aplicaciones*. Barcelona: Antártida.
- CABRÉ, M. T.; GÓMEZ DE ENTERRÍA, J. (2006). La enseñanza de los lenguajes de especialidad: la simulación global. Madrid: Gredos.
- COUTIER, M. (1992). *La langue du dégustateur: des mots et des vins*. Communication. *Colloque les mots pour dire le goût*. 14 de noviembre 1992. Académie franc-comtoise du Goût.
- _____. (1992). *Tropes et termes: le vocabulaire de la dégustation du vin*. Ed: Les Presses de l'Université de Montréal. En línea : <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/1994-v39-n4-meta185/002423ar/>. [Consulta: 2 de julio de 2017]
- Diccionario del vino*. <http://www.diccionariodelvino.com/>. [Consulta: julio-agosto 2017].
- FALCÓ, C. (1901): *Entender de vinos*. Ed: Martínez Roca. Barcelona.

- FISCHER, J. (2014). *Untersuchungen zur Esca-Erkrankung von Weinpflanzen: Pilz-Pflanze und antagonistische Interaktionen*. Dissertation. Mainz: Johannes Gutenberg Universität.
- GARCÍA DEL RÍO, F. (2004). *El método del catador. Guía práctica para entender el vino*. Ed: Alianza.
- GARCÍA GALLEGU, J. (2008). *Maridaje, enología y cata de vinos*. Ed: Innovación y Cualificación.
- HURTADO ALBIR, A. (2011). *Traducción y Traductología. Introducción a la traductología*. 5ª ed. Madrid: Cátedra.
- IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M. *La documentación en traducción especializada: el caso de la vitivinicultura*. Universidad de Valladolid. [En línea: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1011611>. Consulta: 6 de julio de 2017].
- IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M.; SÁNCHEZ NIETO, M. T. (coords.). (2006). *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, [En línea: <http://revistaseug.ugr.es/index.php/sendebare/article/view/1019>. Consulta: 6 de julio de 2017].
- JAGER, C. J. (2012). *La traducción especializada: teoría y práctica profesional*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- KOCOUREK, R. (1982). *La langue française de la technique et de la science*. Wiesbaden: Brandstetter.
- Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino*. BOE nro. 165, de 11 de julio de 2003, pp. 27165-27179.
- MARTÍNEZ EGIDO, J. J.; SANTAMARÍA PÉREZ, M. I. (2003). "Curso de redacción de informes técnicos". En: Recursos educativos. CEFIRE, Elda, Generalitat Valenciana, Conselleria de Cultura i Educació (CDRom).
- MAYORAL, A. R.; DÍAZ, F. O. (2011). *La traducción especializada y las especialidades de la traducción*. Castellón de la Plana, ES: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Retrieved from [En línea: <http://www.ebrary.com>. Consulta: 10 de julio de 2017].
- MÜLLER, R. A. E.; BÜRGETT, D. (2006). *Weine aus der Neuen Welt in den Regalen der Alten Welt. I & I working papers nro. 1*. [En línea: <http://www.agric-econ.uni-kiel.de/Abteilungen/II/wp.shtml>. Consulta: 10 de julio de 2017].

- PERIADNADI, N. (2003). *Das Vorkommen der die Alterung auslösenden Precursoren und der Einfluss von Mikroorganismen auf die TDN-Bildung in Wein*. Dissertation. Frankfurt am Main: Johann Wolfgang Goethe-Universität.
- PLANELLES IVÁÑEZ, M. (2012). La lengua de la fase gustativa de la cata del vino en francés y en español. En: Salinero-Carcante, M. J. & E. González Fandos (eds.), *Vino y alimentación. Estudios humanísticos y científicos*, 197-210. [En línea: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/41533/1/2012_Planelles_La-lengua-de-la-fase-gustativa.pdf. Consulta: 15 de julio de 2017].
- _____ (2013). Construcciones del lenguaje del vino en español y francés. *Cuadernos de Investigación Filológica* 39, 205-220.
- RATTI, R. (2006). *Cómo degustar los vinos. Manual del catador*. Madrid / Barcelona / México: Mundi-Prensa.
- ROBINSON, J. (2001): *Curso práctico de cata*. Ed: Blume. Barcelona.
- SÁENZ NAVAJAS, M. P. et al. (2010). Parámetros del color de vinos tintos españoles con madera: correlación con la percepción sensorial de la calidad. *Actas del IX Congreso Nacional del Color*. Alicante: Universidad de Alicante, 371-374.
- SÁINZ, H. (2002). Alimentos y bebidas con Denominaciones de Origen y distintivos de calidad. Balance y perspectivas. *Distribución y Consumo*, julio-agosto, 58-73.
- VEGA, M. (1999). *La enseñanza de la traducción científica y técnica*, en: *Perspectives. Studies in Translatology* 7:2. Special Issue on Hispanic Translation Studies.
- Weingesetz, Bundesgesetzblatt*, 1994.

—Documentos electrónicos

[http://dosomontano.com/wp-](http://dosomontano.com/wp-content/uploads/2016/03/PLIEGO_DE_CONDICIONES_-ESPA%C3%91A_Y_ALEMANIA_2017_2019_DDOO_JAM%C3%93N_DE_TERUEL_Y_SOMONTANO.pdf)

[content/uploads/2016/03/PLIEGO_DE_CONDICIONES_-ESPA%C3%91A_Y_ALEMANIA_2017_2019_DDOO_JAM%C3%93N_DE_TERUEL_Y_SOMONTANO.pdf](http://dosomontano.com/wp-content/uploads/2016/03/PLIEGO_DE_CONDICIONES_-ESPA%C3%91A_Y_ALEMANIA_2017_2019_DDOO_JAM%C3%93N_DE_TERUEL_Y_SOMONTANO.pdf). [Consulta: 10 de julio de 2017].

<https://glossary.wein-plus.eu/pantschen>. [Consulta: 4 de julio de 2017].

<http://www.weinpage.at/lexikon.htm>. [Consulta: 4 de julio de 2017].

<https://media.utp.edu.co/referencias-bibliograficas/uploads/referencias/capitulo/198-textos-especializados-y-unidades-de-conocimiento-metodologia-y-tipologizacionpdf-ZXU9O-articulo.pdf>. [Consulta: 7 de julio de 2017].

<https://www.vinoseleccion.com/saber-de-vinos/historia-del-vino>. [Consulta 2 de julio de 2017].

Palo Cortado. Vinos de Jerez. <https://www.sherry.wine/es/wines/vino-generoso/palo-cortado>. [Consulta: 14 de julio de 2017].

Rioja-Weinprobe in Würzburg - Weinproben und Verkostungsberichte. <http://www.dasweinform.de/viewtopic.php?f=29&t=4794>.

[Consulta: 13 de julio de 2017].

—Webs especializadas

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft:

http://www.bmel.de/DE/Startseite/startseite_node.html;jsessionid=B6D16D70D35F667318D959575894B3D8.1_cid296.

Deutsches Weininstitut: <http://www.deutscheweine.de/>.

Anexo: Glosario bilingüe español-alemán para la cata de vinos

Español	Alemán
abocado	süsse
ácido (sust.)	Säure
acerbo	grün, unreif
aceitoso	ölig
acetalheido	Acetaldehyd
acetato de etilo	Ethylacetat
ácido cítrico	Zitronensäure
ácido málico	Apfelsäure
afrutado	fruchtig
agresivo	agressiv
ahumado	rauchig
alquitrán	Teer
amargo	herb

amarillo pajizo	strohgelb, gelbgrün
ambarino	Bersteinfarben, Topasfarben
análisis organoléptico	organoleptische Prüfung
anís	Anis
añejo	altersaubau
aroma de caramelo	Karamellduft
astringente	adstringierend
aterciopelado	samtig
avellanado	nussig
bacterias lácticas	Milchsäurebakterien
bajo contenido en alcohol	Alkoholarm
balsámico	balsamisch
barrica	Barrique
bosque	Wald
bouquet	Bukett
brillo	Glanz
caliente	feurig
canela	Zimt
capa	Aussehen
caramelizado	karamellisiert
carbónico	Kohlensäure
carnoso	fleischig
castaño	rotbraun
cata	Weinprobe
catador	Weinverkoster
catavinos	Stechheber, Probeheber
cerrado	verschlossen
ciruela	Pflaume
cítricos (sust.)	Zitrusfrüchte
clarete	Klaretwein
color	Farbe
color frambuesa	Himbeerfarbe
con cuerpo	körperreich
complejo	vielschichtig
común	einfach
corcho	Kork

crianza	Ausbau
crisantemo	Chrysantheme
crudo	unreif
cuero	Leder
cuerpo (sust.)	Körper
débil	schmächtig
decrépito	ranzig
delgado	leer
denominación de origen	Herkunftbezeichnung
desequilibrado	unharmonisch, unausgeglichen
discreto	unaufdringlich
dorado	goldgelb
dorado intenso	tiefgolden
dulce	süß
duro	sauer
elegante	elegant
equilibrado	ausgewogen, ausgeglichen
equilibrio	Balance
especiado	würzig
especias	Gewürze
excesivamente fuerte	unangenehm scharf
fase olfativa	Nase, Bouquet, Bukett
fase visual	Erscheinung, Aussehen, Auge
fatigado	müde
fase gustativa	Geschmack, Mund
ficha de cata	Weinprobe-Formular
final de boca	Nachgeschmack
fino	fein
floral	blumig
fluidéz	Flüssigkeit
franco	gesund
fruta de hueso	Kernobst
frutas del bosque	Beeren
generoso	edel
geranio	Geranie
granate	granatrot

heno	Heu
herbáceo	krautig
hierba	Gras
insignificante	nichtssagend
insípido	geschmacklos
intensidad del color	Farbintensität
intenso, intensivo	intensiv
irisaciones	Schillern
lagar	Kelterhaus
limpidez	Klarheit
licoroso	likörartig
ligero	leicht
ligusto	Liguster
limpio	sauber
madera	Holz
madera (sabor a)	Fassgeschmack
manchado	verfärbt
mantequilla	Butter
manzana	Apfel
manzanilla	Kamille
microbiológico	mikrobiologisch
miel	Hönig
noble	edel
olor ácido	säuerlicher Duft
opaco	undurchsichtig
opalescente	blind
ordinario	plump
oro	Gold
oxidado	oxidiert
peleón	vulgär
perfectamente equilibrado	vollkommen
picado	stichig
picante	pikant
pimienta	Pfeffer
plano	flach
profundo	tief

punzante	scharf
púrpura	purpurn, purpurrot
redondo	rund
regaliz	Süßholz
reseda	Reseda
ribete	Felge
robusto	mächtig, kräftig
rojo cereza	kirschrot
rojo rubí	rubinrot
rosa (flor)	Rose
sabor	Geschmack
sabroso	lieblich
seco	trocken
sedoso	seidig
selección	Auslese
semidulce	halbsüß, mittelsüß
sólidos	Feststoffe
sutil	hochfein
tánico	tanninhaltig
terroso	bodengeschmack
transparencia	Durchsichtigkeit
trufa	Trüffel
turbio	trüb
untuoso	geschmeidig
vainilla	Vanille
vegetal	pflanlich
velado	blind
viejo	alt
vivo	lebendig
violeta (flor)	Veilchen
violeta (color)	violett
viscosidad	Zähflüssigkeit
voluminoso	wuchtig
yogurt	Joghurt

Sumario

M. ^a CARMEN BALBUENA TOREZANO (Universidad de Córdoba) <i>Adquisición de unidades de significado especializadas, gestión terminológica y traducción (alemán-español)</i>	3
INGRID COBOS LÓPEZ (Universidad de Córdoba) <i>Nuevas metodologías y recursos en el aula universitaria de enseñanzas de segundas lenguas: alemán</i>	13
SABAH EL HERCH MOUMNI (Universidad de Córdoba) <i>Turismo y traducción gastronómica: estudio de las cartas del restaurante cordobés Noor (español-francés)</i>	33
ALBA MONTES SÁNCHEZ (Universidad de Córdoba) <i>El Brexit: una aproximación a su terminología en la prensa alemana y española</i>	45
MARÍA JOSÉ SÁENZ DOMÍNGUEZ (Traductora) <i>La traducción especializada (alemán-español) de textos vinícolas: la cata de vino</i>	61