

ENOTURISMO Y TRADUCCIÓN DE CONTENIDOS WEB: ANÁLISIS DE SITIOS ANDALUCES TRADUCIDOS AL ALEMÁN

**Wine tourism and translation of web contents: analysis of Andalusian
webpages translated into German**

MARÍA PILAR CASTILLO BERNAL¹
SOPHIA MARIE RAUM

Departamento de Traducción e Interpretación, Lenguas Romances,
Estudios Semíticos y Documentación
Universidad de Córdoba

Resumen: El presente trabajo se centra en la traducción al alemán de contenidos web relacionados con el enoturismo en la región de Andalucía. Se han seleccionado una serie de sitios web de promoción turística de las distintas provincias andaluzas, así como de bodegas, de cara a establecer su disponibilidad en otras lenguas. En el caso de las traducciones al alemán, se ha llevado a cabo un análisis de la corrección en el tratamiento de los textos y, especialmente, de los referentes culturales y la terminología vitivinícolas. Los resultados arrojan un panorama heterogéneo, en el que se ha detectado que la corrección de los textos es susceptible de mejora. Con este estudio, esperamos contribuir a una mejor promoción de los productos enoturísticos andaluces.

Palabras clave: turismo, enoturismo, traducción, página web, error de traducción

Abstract: This work focuses on the translation into German of web contents related to wine tourism in the region of Andalusia. A number of web sites for the promotion of tourism in the different Andalusian provinces were selected, as well as a series of web pages of Andalusian bodegas, in order to establish their availability in foreign languages. In the case of German translations, an analysis has been carried out as to the correctness of the texts and especially the treatment given to cultural references and terminology related to wine. The results show a heterogeneous landscape, with room for improvement regarding the accuracy and correctness of the texts. This study aims to improve the promotion of Andalusian wine tourism products.

Key words: tourism, wine tourism, translation, webpage, translation error

¹ Facultad de Filosofía y Letras. Plaza del Cardenal Salazar, 3. 14071 Córdoba (España)

pilar.castillo.bernal@uco.es

sophia.raum@gmx.de

1. INTRODUCCIÓN

El enoturismo es una tendencia que ha experimentado un auge considerable en las últimas décadas, aunque antes ya había actividades turísticas relacionadas con el vino, y se ha puesto de moda en varios países vitivinicultores. Combina viajar con todo tipo de actividades relacionadas con el vino, como visitas guiadas a bodegas y catas. Como en cualquier ámbito relacionado con el turismo, la traducción desempeña un papel esencial en la promoción enoturística. Por ello, llevaremos a cabo un análisis de las páginas web de turismo y de bodegas en Andalucía traducidas al alemán. Elegimos el alemán por varias razones. Una de ellas es por competencia personal, otra es que los alemanes destacan entre los turistas que más visitan Andalucía, además de ser amantes del vino, y por lo tanto se convierten en grupo destinatario para el enoturismo.

Según datos de la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), España es, en 2016, el primer viticultor del mundo, con el 14 % (975.000ha) de los 7,5 millones de hectáreas de superficie total de viñedo que se cultiva en el mundo. Los datos de la OIV, recogidos en la tabla 1, muestran que, en los últimos años, Italia, Francia y España eran los países que más vino produjeron en el mundo. Los datos de 2015 son todavía provisionales y los de 2016 pronosticados.

<i>millones de hl</i>	2012	2013	2014	2015	2016
Italia	45,6	54,0	44,2	50,0	50,9
Francia	41,5	42,1	46,5	47,0	43,5
España	31,1	45,3	39,5	37,7	39,3

Tabla 1: Producción de vino en millones de hectolitros (Fuente: OIV).

Como se puede ver, España ocupa actualmente el tercer puesto en el *ranking* de los países vinicultores respecto al volumen de vino producido. En cuanto al consumo de vino, la OIV estima que España en 2016 estaba en séptimo lugar con 9,9 millones de hl consumidos, mientras que Alemania figura por delante, en el cuarto puesto con 19,5 millones de hl de vino consumidos. Señala la FEV (Federación Española del Vino) en la *Memoria de 2016* (p. 26) que Alemania también fue el país que más vino español importó en este año (411,2 millones de litros), siendo España el mayor exportador de vino del mundo en litros. Por lo tanto, España sin duda figura entre los más grandes productores de vino del mundo y Alemania desempeña un papel importante en cuanto al consumo del mismo.

Según la FEV, “Castilla La Mancha es la principal región productora con más de un 60 % del total, seguida de Extremadura, Cataluña y Valencia”. Andalucía cuenta con tres rutas del vino oficiales (Ruta del Vino Serranía de Ronda, Ruta de Vino y Brandy Marco de Jerez, Ruta del Vino Montilla-Moriles)² y ofrece una gran variedad de actividades enoturísticas, como fiestas del vino y museos vitivinícolas.

En 2015, España ocupaba la tercera posición en el *ranking* mundial de los países que más visitas turísticas recibían en el mundo, con 68,2 millones de visitas (UNWTO,

² Para más información, véase <http://www.wineroutesofspain.com/ver/2457/Rutas-del-vino.html> [Consulta: 04/10/2017].

2016: 6). De estos turistas extranjeros, 9.321.676 visitaron Andalucía según Foods & Wines from Spain.

Según el informe anual de la ACEVIN (Asociación Española De Ciudades Del Vino), las bodegas y museos del vino españoles que forman parte de las Rutas del Vino de España han registrado 2.714.409 visitas en el año 2016, lo que significa un crecimiento del 21,02 % con respecto al año anterior. La ruta que más visitas ha recibido es la Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez con 501.783 visitantes, mientras que las otras dos rutas de vino andaluzas figuran en los puestos 14 y 21 de las 24 rutas registradas. No existen datos sobre las nacionalidades de los visitantes.

2. ESTUDIOS ANTERIORES, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca en el Proyecto I+D+i de la Universidad de Córdoba *Weinapp: sistema multilingüe de información y recursos vitivinícolas* (ref. FFI2016-79785-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad para el trienio 2017-2020. En su fase previa, se han realizado algunas publicaciones en torno a vitivinicultura y traducción (Balbuena y Álvarez, 2015) y actualmente se lleva a cabo un estudio de la comercialización, el lenguaje vitivinícola y las herramientas disponibles para el traductor y para la industria del vino en general.

En este contexto, los objetivos de nuestro estudio son los siguientes:

- Comprobar la disponibilidad en alemán de páginas web relacionadas con el enoturismo en el contexto andaluz.
- Establecer qué contenidos se traducen de cara a la promoción vinícola y al enoturismo.
- Analizar los errores en la terminología y los referentes culturales vitivinícolas y enológicos traducidos en dichas webs.

La hipótesis de partida es que el alemán tiene una gran importancia para el turismo enológico en Andalucía, por lo que los contenidos webs de promoción turística se encontrarán traducidos a este idioma en su mayor parte. Con respecto a los estudios anteriores que sirven de base a nuestra investigación, cabe destacar el trabajo del grupo GIRTraduvino, de la Universidad de Valladolid, en concreto de Cuéllar (2006), quien estudia los vinos de la D.O. Ribera del Duero a través de las traducciones de sus páginas web. Según señala la autora, de las 160 bodegas Ribera del Duero, 62 cuentan con página web (38,75 %), 20 páginas estaban disponibles solo en español y 41 páginas estaban traducidas, con el siguiente desglose por idiomas:

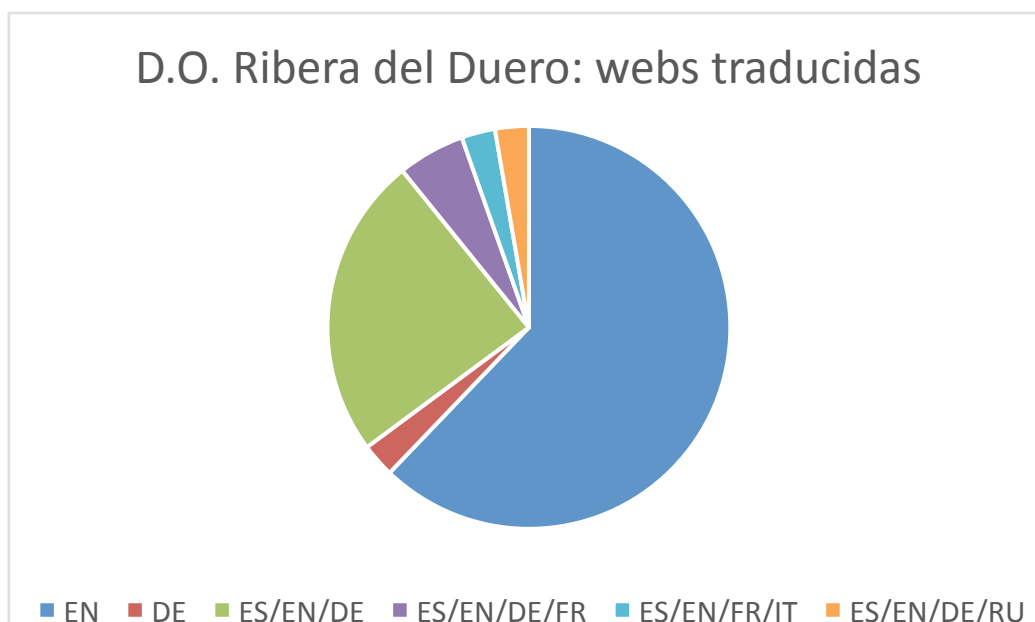


Diagrama 1: páginas webs de la D.O. Ribera del Duero traducidas (Cuéllar, 2006: 337)

Según señala Cuéllar (2006: 335): “Cabe destacar que tras el inglés sea el alemán el segundo idioma al que se traducen las páginas web de los vinos de la Ribera del Duero, (13 bodegas en total). Incluso hay una bodega que opta por traducir su página solo al alemán y no al inglés”. Con estos resultados, cabe esperar que también en Andalucía el alemán sea uno de los idiomas predominantes en la traducción de sitios vitivinícolas. Partiendo de las páginas de turismo de las provincias y capitales andaluzas, se analizarán los contenidos vitivinícolas traducidos al alemán, tanto de dichos sitios turísticos como de las bodegas de la región.

El segundo foco de nuestro trabajo es la corrección de las traducciones encontradas. Sobre el error de traducción han escrito numerosos autores: Dancette (1989), Gouadec (1981), House (1997), Kupsch-Losereit (1985), Nord (1991), Pym (1992), Kusssmaul (1995), Hatim y Mason (1997), entre otros. En este trabajo, examinaremos los errores de lengua y los errores de traducción, dado que se trata de una de las clasificaciones iniciales del error que sigue vigente hoy día, tal como indica Hurtado (2001: 292). Para distinguir entre estos dos diferentes conceptos de error, presentaremos brevemente las definiciones que dan Delisle, Lee-Jahnke y Cormier en su obra *Terminologie de la Traduction* (1999) de ellos. Los autores definen el error de traducción como error “que se produce en el texto de llegada y que se puede atribuir sea a la falta de conocimiento o la aplicación equivocada de los principios de traducción, las reglas de traducción o los procedimientos de traducción, sea a la interpretación errónea de algún segmento del texto de origen, o bien a un error metodológico” (1999: 246-247). En cambio, el error de lengua lo definen como error “que se produce en el texto de llegada y que se puede atribuir a la falta de conocimiento de la lengua de llegada o de su manejo” (1999: 246). También nos basaremos en esta obra en cuanto a las nociones de los errores encontrados, las cuales que presentaremos a continuación.

Entre los errores de lengua, destaca el solecismo, un “error de lengua que consiste en construir o emplear una frase sintácticamente incorrecta” (1999: 289), y el uso impropio, “que consiste en atribuir a una palabra un sentido equivocado o contrario al uso establecido” (1999: 306).

Los errores de traducción a mencionar son los calcos, los contrasentidos, los falsos sentidos, los sin sentidos las hipertraducciones, las interferencias, las omisiones y las paráfrasis. Un calco “consiste en reexpresar literalmente en el texto de llegada una palabra o los elementos de una expresión del texto de origen” (1999: 229), lo que en ocasiones puede ser un procedimiento legítimo de traducción o dar lugar a un error de traducción. En el caso de tratarse de un error, se puede considerar que la traducción imita la estructura del texto de origen, de manera no natural en la lengua de llegada. Existen diferentes errores de sentido, en los que el sentido del texto de origen no se transmite correctamente o se transforma: el contrasentido, el falso sentido y el sin sentido. Un contrasentido atribuye “a un enunciado del texto de origen un sentido contrario al que el autor quiere expresar” y se puede deber “a una mala interpretación o a una falta de cultura general y tiene como efecto traicionar el pensamiento del autor del texto de origen” (1999: 235). El falso sentido “consiste en atribuir a una palabra o a una expresión del texto de origen una acepción que altera el sentido del texto, pero sin llegar a producir un contrasentido” (1999: 251). El sin sentido es un “[e]rror de traducción que consiste en dar a un segmento del texto de origen un sentido erróneo que tiene como efecto introducir una formulación absurda en el texto de llegada” (1999: 288). Impide el entendimiento del fragmento en cuestión. La hipertraducción es definida por Delisle et al. (1999: 254) como “[e]rror metodológico que consiste en seleccionar sistemáticamente la formulación más alejada de la expresión original, ante diversas posibilidades de traducción aceptables, incluyendo la traducción literal”. Tiene como efecto expresiones poco naturales y forzadas, muchas veces innecesariamente complejas. La interferencia es un “[e]rror de traducción que proviene de una falta de conocimientos o de un error metodológico, y que consiste en emplear en el texto de llegada un elemento lingüístico propio de la lengua de origen” (1999: 256). Este tipo de error tiene un efecto extranjerizante y hace que no funcione como cualquier texto original en la lengua meta, lo que no siempre es un resultado deseable. La omisión “consiste en no traducir en el texto de llegada un elemento del sentido del texto de origen sin razón válida” (1999: 270), mutilando el texto de origen y causando lagunas más o menos importantes en el texto meta. Por último, la paráfrasis tiene su origen en un “error metodológico y [...] consiste en traducir un segmento del texto de origen mediante un enunciado inútilmente largo” (1999: 272) y “puede consistir en adiciones o en el empleo abusivo de circunlocuciones y perífrasis que entorpecen la redacción del texto de llegada” (1999: 272). No solamente entorpecen la redacción sino, pensando en el destinatario del texto meta, también la lectura y el entendimiento del mismo.

3. ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS WEB DE TURISMO EN ANDALUCÍA TRADUCIDAS AL ALEMÁN

En un primer vaciado de contenidos, se examinaron los siguientes sitios web³ respecto de sus traducciones a otros idiomas, que indicamos entre paréntesis. En las webs que disponían de traducción al alemán, se buscaron los contenidos vinícolas enlazados introduciendo en la versión alemana el término de búsqueda *Wein*, con los siguientes resultados:

- <http://www.turismodecordoba.org/> (ES/EN/FR/ZH)
- <http://www.jaenparaisointerior.es/> (ES/EN)
- <http://www.turjaen.org/> (ES/EN)
- <http://www.granadatur.com/> (ES/EN/FR/DE/ZH/KO/EL/IT/RU/PT/AR): no incluye contenidos sobre el vino.
- <http://www.turgranada.es/> (ES/EN/FR/DE/ EU/GL/CA/PT/RU/ZH/JA): incluye contenidos sobre el vino.
- <https://www.turismodealmeria.org/> (ES/EN/FR/DE): no incluye contenidos sobre el vino.
- <http://www.malagaturismo.com/> (ES/EN/FR/DE/IT/ZH/RU): 13 páginas enlazadas con contenidos sobre el vino.
- <http://www.malaga.es/es/turismo/> (ES/EN/FR/DE): no incluye contenidos sobre el vino.
- <http://www.cadizturismo.com/> (ES/EN/FR/DE/RU): incluye contenidos sobre el vino.
- <http://www.visitasevilla.es/> / (ES/EN/FR/DE/ZH): no incluye contenidos sobre el vino.
- <http://www.turismohuelva.org/es/> (ES/EN/DE): incluye contenidos sobre el vino.

Por su parte, la búsqueda en web oficial de turismo de Andalucía <http://www.andalucia.org/>, en su versión en alemán,⁴ arrojó un total de 718 resultados enlazados sobre el vino, tal como puede verse en la siguiente captura:

³ Se trata de las páginas de los respectivos patronatos, diputaciones provinciales o ayuntamientos y, en el caso de Sevilla, del Consorcio de Turismo.

⁴ La web está disponible en español, inglés, francés y alemán.



Fig. 1: resultados para el término *Wein* en la web de turismo andaluz

A continuación, presentamos el análisis de algunos fragmentos seleccionados de los primeros resultados de cada una de las webs con contenidos en alemán:

Fragmento 1: Bodegas J. Nazareno⁵

Bodegas J. Nazareno befindet sich in der Ortschaft Baena in der Gemeinde Cádiz, wo man sich mit der Herstellung, Reifung und Vertrieb der Weine und Essige beschäftigt, mit der Herkunftsbezeichnung D.O. Montilla-Moriles.

In den Bodegas J. Nazareno wird eine große Produktpalette an Weinen hergestellt, die von den Finos bis zu den Olorosos reicht, wobei auch fruchtige junge Weine im Angebot sind sowie Tintos, Pale Cream, süße Weine und Essige.

Lo primero que llama la atención en este fragmento es que sitúa la población de Baena en la provincia de Cádiz, un error pragmático con potenciales consecuencias negativas para el turista. Por otra parte, no se ofrece una traducción de los referentes culturales: Finos, Olorosos, Tintos o Pale Cream se mantienen en español sin ofrecer una explicación, por lo que únicamente el turista familiarizado con la zona podría hacerse una idea de los productos ofertados. Por el contrario, se incluye la traducción *Herkunftsbezeichnung* para la D.O. Montilla-Moriles; a pesar de que, en el caso de términos como las denominaciones de origen, “el traductor no debe sustituirlos porque tienen estatus legal” (Eisenreich, 2006: 349), consideramos que aquí no se produce una sustitución sino una amplificación explicativa, por lo que estaría justificada.

En la web de turismo de Granada, encontramos numerosos resultados relacionados con el vino y las festividades locales:

⁵ Fuente: <http://www.andalucia.org/de/visitas-gastronomicas/types/visitas-gastronomicas/wines/content/bodegas-j-nazareno/> [consulta: 18/10/2017].

Fragmento 2: Feria Grande de Alhama. Romería del vino ⁶
Fest des Landwirts, Hervorhebung der Wallfahrt von Wein, der am 15. August, die stattfindet ‘Pot Jameña’ und wein aus Alhama Teilnehmer.
WENN SIE DER INHABER DIESER FIRMA SIND, MELDEN SIE SICH UND IHRE INHALTE BEARBEITEN
Más Feste
Baudenkmäler in der Näheren Umgebung
Anmeldung

A pesar del gran interés informativo que estos contenidos pueden tener para el turista, los textos en alemán están poco cuidados y presentan tanto errores de lengua como de traducción. Entre los primeros podemos citar errores ortográficos como el uso inadecuado de la mayúscula en *wein* (que debe mayusculizarse por ser sustantivo) o *Näheren* (un adjetivo que, por tanto, no debe mayusculizarse), errores sintácticos como el orden de la frase en *Ihre Inhalte bearbeiten* (donde el verbo *bearbeiten* debería ir al comienzo de la frase por tratarse de un imperativo) o la construcción sin sentido *der am 15. August, die stattfindet ‘Pot Jameña’ und wein aus Alhama Teilnehmer*, donde se superponen dos oraciones de relativo sin verbo ni antecedente aparente, seguidas de una oración coordinada que también carece de verbo. Asimismo, entre los errores de traducción se encuentran el referente no traducido “Pot Jameña”, el campo de búsqueda “Más Feste”, donde “más” se mantiene en español, así como el campo *Anmeldung* (registro), que enlaza a un formulario de registro para empresas disponible únicamente en español.

El siguiente fragmento presenta una sintaxis correcta y en la traducción de los referentes culturales podemos observar alguna falta de equivalencia como “Día de la Rifa” por *Mostfest* (fiesta del mosto), aunque tanto “remojón” como “subasta de las ánimas” y “hermandad de las ánimas” se han traducido de forma comprensible para el turista germanoparlante:

Fragmento 3: Día de la Rifa oder Mostfest (Cónchar) ⁷
Dieses Fest wird von der Bruderschaft Hermandad de las Ánimas organisiert. Auf dem Kirchplatz versammeln sich die Bewohner am Mittag zu Musik, Tanz und Feuerwerk. Es gibt gratis Wein und Remojón, ein Gericht auf der Basis von Orangen und Kabeljau. Am Nachmittag geht es zu der Versteigerung von Objekten, die am Tage zuvor eingesammelt wurden, der Subasta de las Ánimas, deren Erlöse für die Gemeindeausgaben und das Patronatsfest verwendet werden.

Con respecto a Málaga, encontramos 13 contenidos cuya traducción es suficientemente correcta y aceptable, presentando además algunos de los lugares más emblemáticos de la ciudad en relación con el vino, como pueden ser la bodega (*Weinkeller*) Antigua Casa de Guardia, el jardín botánico (*Historischer Botanischer Garten*) La Concepción o la bodega El Pimpi. Respecto de esta última, destacaremos la

⁶ Fuente: <http://www.turgranada.es/de/fichas/feria-grande-de-alhama-romeria-del-vino-30932/> [consulta: 18/10/2017].

⁷ Fuente: <http://www.turgranada.es/de/fichas/dia-de-la-rifa-oder-mostfest-conchar-30252/> [consulta: 18/10/2017].

cuidada traducción de los textos, si bien la página web de la bodega contiene algunos errores ortográficos, como la grafía incorrecta de Email (en alemán: E-Mail):

Fragmento 4: Bodega El Pimpi ⁸
Authentische andalusische Bodega mitten im historischen Zentrum von Málaga, die auf einheimische Weine und ausgewählte Tapas spezialisiert ist. Das Lokal hat zwei Eingänge, einen an der Calle Granada und einen anderen an der Calle Alcazabilla am Römischen Theater. Auf zwei Etagen befinden sich großzügige Salons und typische Innenhöfe. Die Dekoration basiert auf Flamenco- und Stierkampfmotiven. Besonders hervorzuheben ist eine Sammlung alter Stierkampfplakate.
Fragmento 5: Bodega El Pimpi ⁹
Besuchen Sie El Pimpi WIR HEISSEN SIE HERZLICH WILLKOMMEN. Wenn Sie für die traditionelle Bodega-Bar oder die moderne Gastronomy-Zone reservieren möchten, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung. Telefon: 952 225 403 Email: reservas@elpimpi.com

En la carta de la bodega, llama la atención el tratamiento diverso que reciben los referentes culturales vinícolas, que en ocasiones no incluyen ninguna descripción (“Cartojal”), en otras solo una descripción parcial como en “Trajinerero seco (*trocken*)” y para algunos tipos ofrece una aclaración detallada: “Pico Plata (*Süßer Muskateller-Wein*)”. Del mismo modo, se realiza un uso inadecuado de la mayúscula en adjetivos (*Süßer*):

SÜSSWEINE aus der KELLEREI MALAGA VIRGEN	
Traditionelle süße Weine: Glas	
01 - Málaga Virgen	2'50 €
02 - Moscatel Iberia	1'90 €
03 - Cartojal	1'90 €
04 - Sol de Málaga	
05 - Pico Plata (<i>Süßer Muskateller-Wein</i>)	
06 - Kina S. Clemente	
Añejos (gealterte Weine) Glas	
07 - Trajinerero seco (<i>trocken</i>)	1'90 €
08 - Chorrera Dulce (<i>süß</i>)	1'90 €

Fig. 1: carta de la bodega El Pimpi en alemán¹⁰

Si los contenidos web turísticos de Málaga muestran una traducción relativamente correcta, los de Cádiz son los más cuidados en la ortografía y la gramática, además de mostrar una gran variedad de contenidos traducidos. En la versión alemana de la página <http://www.cadizturismo.com> se incluyen tanto bodegas o *Weinkeller* (47 resultados) como rutas de los vinos o *Wein Routen*:

⁸ Fuente: <http://www.malagaturismo.com/de/tourist-resources/detail/bodega-el-pimpi/493> [consulta: 18/10/2017].

⁹ Fuente: <https://www.elpimpi.com/de/> [consulta: 18/10/2017].

¹⁰ Disponible en: <https://www.elpimpi.com/wp-content/uploads/cartas/carta%20pimpi%20aleman.pdf> [consulta: 18/10/2017].

Fragmento 6: Rutas de los Vinos de Cádiz¹¹

Jerez ist das Herz der Wein-, Brandy- und Essigproduktion, die durch die Herkunftsbezeichnungen Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, Vinagre de Jerez und die spezifische Herkunftsbezeichnung Brandy de Jerez geschützt ist: ein Gebiet von 10.300 Hektar Größe, das an den Atlantik und die Flüsse Guadalquivir und Guadalete grenzt.

Dieses Anbaugebiet, das vom Regulationsrat der Herkunftsbezeichnung Jerez-Xérès-Sherry und Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda geschützt wird, heißt Marco de Jerez (...)

Ergänzen Sie diesen Besuch, in dem Sie alle Dörfer der Sierra¹²

Uno de los pocos errores detectados es la frase incompleta *Ergänzen Sie diesen Besuch, in dem Sie alle Dörfer der Sierra* al pie de página de las rutas de los vinos, donde presumiblemente falta el verbo *besuchen* al final. Este error podría deberse a que al insertarse el hipervínculo en “Sierra” se ha obviado el resto de la frase. Del mismo modo, la traducción de “rutas de los vinos” como *Wein Routen* es una yuxtaposición de sustantivos atípica en alemán, siendo más frecuente la formación de compuestos (*Weinroute* en singular y *Weinrouten* en plural).

Entre los referentes culturales traducidos en esta web, podemos destacar los siguientes:

Rutas de los Vinos de Cádiz	
ES	DE
visitas enoturísticas	Weintourismus
almuerzos de maridaje	Kombination aus Speisen und Wein
"jerez", uno de los grandes vinos generosos del mundo	„Sherry", einer der wichtigsten Weine der Welt
"vinagre de Jerez reserva"	„Sherryessig Reserva"
sistema de "escalas"	„Escalas-System"
Consejo Regulador del Brandy de Jerez	Regulationsrat für Brandy und Sherry
aguardiente llamado "holanda"	Branntwein „Holanda"
proceso de "criaderas" y "soleras"	Solera-Verfahren

Tabla 2: traducción de referentes culturales vitivinícolas

Tal como puede observarse, las técnicas de traducción¹³ más empleadas son: simplificación, como en el caso de “visitas enoturísticas” traducida como *Weintourismus* (enoturismo); descripción, como en “almuerzos de maridaje” (*Kombination aus Speisen und Wein*); omisión, como en el término “generoso” que describe al jerez¹⁴, y préstamos no traducidos, como “escalas” o “soleras”. Estas técnicas comportan una pérdida de información para el turista germanoparlante.

¹¹ Fuente: http://www.cadizturismo.com/rutas/rutas-de-los-vinos-de-cadiz/?set_language=de [consulta: 18/10/2017].

¹² *Sic.* en la página web.

¹³ Según la clasificación propuesta por Hurtado (2001: 269-271).

¹⁴ Según el Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen "Jerez-Xérès-Sherry" - "Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda" - "Vinagre de Jerez", los vinos generosos se definen como “vinos secos (con un máximo de azúcar residual de 5 gramos por litro)”. Fuente: <https://www.sherry.wine/es/los-vinos/vinos-generosos> [consulta: 18/10/2017].

Por último, la página que presenta una mayor profusión de errores es el texto en alemán de la web www.turismohuelva.org/. Hemos señalado en negrita los errores detectados:

Fragmento 7: Turismo de Huelva ¹⁵
<p>WEINE ROUTE - FÜHLEN SIE HUELVA DURCH SEINE WEINE</p> <p>Der Wein ist Sohn der Natur und Kultur, ein Teil der Geschichte aller Generationen. Diese genealogischen Zusammenhänge werden erklärt und begründet in unsererWeine Route von den Condado de Huelva, eine unverzichtbare Veranstaltung für Weintourismus, um unsere exquisiten Weine kennzulernen, die seit Jahrtausenden mit der Region verbunden sind.</p> <p>Dank der Weine Route von den Condado de Huelva können Sie elf einzigartige Erfahrungengenießen, die Ihnen eine leidenschaftliche Welt der Weine und unsere Provinz entdecken lassen werden. Ein Angebot voller touristischer Möglichkeiten mit Bezug zum Wein und auch zu anderen Merkmalen der Condado de Huelva und der Provinz von Huelva im allgemeinen. Der Stier, das Pferd, die Gastronomie, die columbianischen Orte, die Denkmäler, die Bahn, die Gesundheit und die Natur sind die Gefährten des Weins auf den Routen durch die Condado (Grafschaft).</p>

Encontramos nuevamente errores ortográficos (falta de espacio entre palabras en *unsererWeine*, errores en mayúsculas en *allgemeinen*, *columbianischen* con c en lugar de k), de uso heterogéneo de los artículos (*den* Condado, en masculino, y *die* Condado en femenino), así como la traducción incorrecta “Weine Route”, cuyo equivalente, tal como explicamos en el fragmento anterior, sería *Weinroute*. Estos errores de lengua nos llevan a la conclusión de que el texto no ha sido traducido por un hablante nativo de alemán.

4. ANÁLISIS DE LAS PÁGINAS WEB DE BODEGAS EN ANDALUCÍA TRADUCIDAS AL ALEMÁN

La página web www.viajerosdelvino.com es un sitio destinado al enoturista que, entre otros aspectos relacionados con este campo, ofrece una lista de las bodegas con oferta enoturística de cada comunidad autónoma de España. En el caso de Andalucía, la página recoge 38 bodegas. De ellas, cinco no tienen página web propia. De las restantes 33 bodegas, 32 están disponibles en español (la página web de la bodega Sandeman solamente está en inglés). El inglés ocupa el primer puesto de las lenguas extranjeras, ya que 25 de las 33 bodegas ofrecen su página web en inglés. Le sigue el alemán, aunque a cierta distancia, con una presencia en 5 páginas. Solamente hay 3 páginas web de bodegas andaluzas traducidas al francés, 2 al japonés y 2 traducidas a otros idiomas. Esta situación lingüística se puede ver reflejada en los diagramas 1 y 2.

¹⁵ Fuente: <http://www.turismohuelva.org/de/producto/gastronomie> [consulta: 18/10/2017].

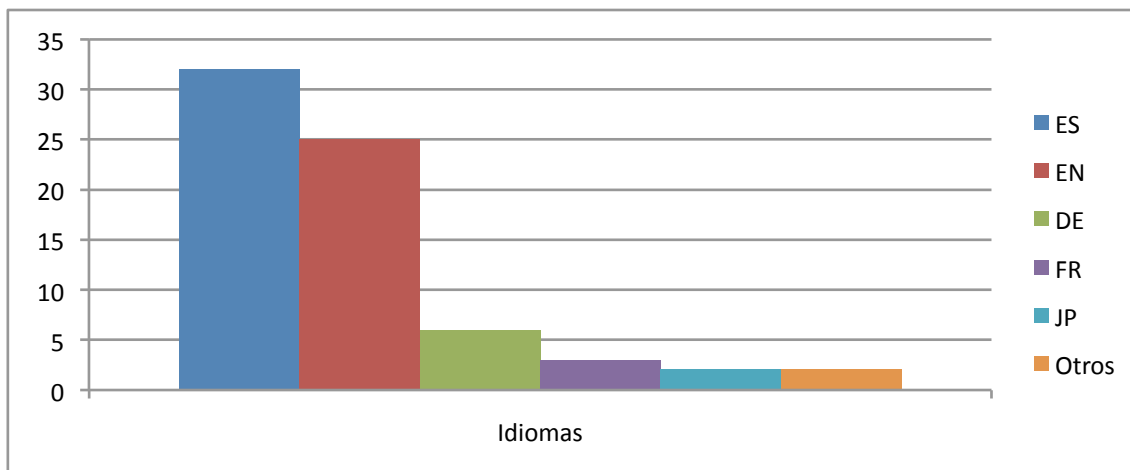


Diagrama 2: Los idiomas más frecuentes en las 33 páginas web de bodegas andaluzas.



Diagrama 3: Combinaciones lingüísticas de las 33 páginas web de bodegas andaluzas.

Como se puede apreciar, la mayoría de las bodegas traduce sus páginas web al inglés, la indiscutible *lingua franca* del ámbito turístico, para fomentar el enoturismo internacional. No obstante, algunas ni siquiera disponen de página web, o solamente la ofrecen en español. Comparado con la poca representación que experimentan los otros idiomas, el alemán cuenta con una notable presencia.

Estudiamos las cinco páginas web de bodegas en alemán, de las cuales, como se puede ver en el diagrama 2, cuatro están traducidas del español al inglés y al alemán, y una está disponible además en francés y ruso. Cabe mencionar que otra bodega deja al visitante de su página web elegir entre los idiomas español, inglés y alemán, pero que el contenido, hasta el momento, solamente está disponible en español. A continuación presentaremos brevemente los análisis llevados a cabo para cada una de las cinco páginas, centrándonos en la calidad de las traducciones y en la terminología vitivinícola encontrada.

4.1. Bodegas Cruz Conde

En la página web de las Bodegas Cruz Conde, disponible en español, inglés, alemán, francés y ruso, en la versión en alemán se han encontrado numerosos errores de lengua

y de traducción. Los errores de lengua encontrados en la página web son sobre todo solecismos, como faltas en la conjugación de verbos y errores gramaticales, p.ej. adjetivos mal declinados. Además, hay usos impropios, ya que ciertos términos vitivinícolas se traducen mal, empleándose términos equivocados.

Aparte de los errores de lengua mencionados, los textos de esta página web están plagados de errores de traducción, como calcos, hipertraducciones, interferencias, falsos sentidos y paráfrasis. En el siguiente extracto se pueden apreciar algunos ejemplos, que explicaremos uno a uno. Hemos marcado los errores con negrita.

Unter den Einrichtungen **zählen** die **Tonkrug Weinkellerei**, wo die traditionelle Gärung stattfindet; eine in der Herkunftsbezeichnung Montilla-Moriles einzigartige **Untergeschoss Kellerei** mit **exzellenten** Architektur; eine **Bogen Kellerei**, (...) eine **Brandy Kellerei**, wo der mit mehreren Preisen **vom internationalen Renommee ausgezeichneten** Gran Brandy Cruz Conde gealtert wird; (...)

El primer error es un uso impropio, ya que el verbo *zählen* tiene que llevar la preposición *zu*, y no *unter*. La unidad léxica vitivinícola española *bodega de tinajas* se ha traducido por *Tonkrug Weinkellerei*, cuando lo correcto en alemán sería *Weinkeller mit Tonkrügen*. Es importante diferenciar entre *Weinkeller* y *Kellerei*, ya que el primer término se refiere al lugar donde se almacena el vino, mientras que el último hace referencia a un lugar de producción de vino que no dispone de viñedos propios¹⁶. La bodega en cuestión tiene viñedos propios, se trata pues de otro uso impropio. Lo mismo ocurre con *Untergeschoss Kellerei* (la correcta traducción de *bodega subterránea* sería *unterirdischer Weinkeller*) y *Bogen Kellerei* (nuestra propuesta de traducción para *bodega de Arcos* sería *Weinkeller mit Säulenbögen*). Hay un solecismo en el adjetivo *exzellenten*, que tiene que ser *exzellenter*, al ser *Architektur* un sustantivo femenino en dativo sin artículo. Se ha traducido “galardonado con diversos premios de renombre” por “mit mehreren Preisen vom internationalen Renommee ausgezeichneten”, que contiene varios errores, ya que *vom internationalen* y *ausgezeichneten* son errores gramaticales (lo correcto sería *von internationalem* y *ausgezeichnete*), pero además, se trata de una hipertraducción, ya que sería mucho más fácil y natural traducir *premios de renombre* como *renommierten Preisen*. Al mismo tiempo se trata de una paráfrasis y se añade *internationalen*, algo que no se explicita en el texto de origen.

Un ejemplo de un calco sería “singuläre, feine und zarte Weine” (vinos singulares, finos, delicados), ya que *einzigartige* por *singulares* sería una opción mucho más natural que *singuläre*, un adjetivo muy poco común en alemán. Hay un falso sentido en “Die Herkunftsbezeichnung Montilla-Moriles befindet sich südlich der Provinz Cordoba” (La D.O Montilla-Moriles está situada al sur de la provincia de Córdoba), ya

¹⁶ Definición de *Weinkeller* según *Wein Plus*: “Allgemein übliche Bezeichnung für die Örtlichkeit, wo Wein zumeist in Flaschen oder auch in anderen Gebinden gelagert wird. Im ursprünglichen Sinne meint man damit einen unterirdischen Raum, aber die Bezeichnung gilt auch ebenso für eine ebenerdige Anordnung. Unter Kellerei hingegen versteht man zumeist eine Produktions-Stätte, die im Gegensatz zu einem eigenständigen Weingut über keine eigenen Rebflächen verfügt und von Traubenerzeugern angeliefertes Traubengut verarbeitet, wie es zum Beispiel bei Winzergenossenschaften oder sonstigen Verarbeitungsgemeinschaften der Fall ist.“

que en lugar de *südlich* tiene que utilizarse *im Süden*, ya que *südlich* significaría que Montilla-Moriles no se encuentra en la provincia de Córdoba, sino más al sur. En el fragmento “Fässern (barricas)” del texto alemán, traducción de “botas (barricas)” en español, se encuentra una interferencia, ya que *barricas* se ha mantenido en español, cuando la traducción adecuada hubiera sido *Barriques*. Por último, llama la atención en los textos en lengua alemana de esta página web que en repetidas ocasiones no se separan los verbos separables, como **einschließt* o **anreichert*, cuando tenía que ser *schließt ein* y *reichert an*. También el verbo irregular *erhalten* se ha conjugado mal, pudiéndose leer **erhaltet* en la página web, en lugar de *erhält*. Estos son solamente algunos de los muchos errores encontrados.

En cuanto a la terminología vitivinícola utilizada en el texto original español, la mayoría de las veces la traducción al alemán también es insuficiente. Por ello, a continuación recogemos en una tabla los términos en español con la traducción que ofrece la página web al alemán y nuestra propuesta en una tercera columna. Las incorrecciones las hemos marcado con un asterisco, mientras que los términos no marcados los consideramos aceptables, aunque a veces mejorables.

Español	Alemán	Alemán (nuestra propuesta)
bodega de tinajas	*Tonkrug Weinkellerei	Weinkeller mit Tonkrügen
bodega subterránea	*Untergeschoss Kellerei	unterirdischer Weinkeller
bodega de Arcos	*Bogen Kellerei	Weinkeller mit Säulenbögen
notas de cata	*Weinproben	Verkostungsnotiz
Aroma a almendras	Aroma nach Mandeln	Mandelaroma
barrica	*barrica	Barrique
crianza	Ausbau	
tratamiento	Behandlung	Schönung
degustación de vinos	*Weine Kostprobe	Weinverkostung
maridados	*harmonisch verbundenen	mit abgestimmten Speisen
alambiques	Destillierkolben	
cepa "Pedro Ximénez"	*Rebstock „Pedro Ximénez“	Rebsorte „Pedro Ximénez“

Tabla 3: Términos vitivinícolas de la página web de Bodegas Cruz Conde en español y alemán y nuestra propuesta.

4.2. Bodega González Palacios

Los textos en la página web de la Bodega González Palacios están disponibles en español, alemán e inglés, y no contiene tantos errores como las páginas web de otras bodegas analizadas, aunque también se han encontrado algunos errores de lengua y de traducción.

En general, la traducción alemana de esta página web se mueve muy cerca del texto original, lo que en algunas ocasiones da lugar a expresiones forzadas y poco naturales.

También los errores de lengua principalmente resultan de la imitación de la estructura del texto de origen, y consisten sobre todo en la omisión del sujeto o de los prefijos de verbos separables, el uso inadecuado de la coma y algunos solecismos. Además, hay errores de traducción como falsos sentidos, contrasentidos, sin sentidos y calcos. A continuación comentaremos algunos errores de traducción de un extracto del texto alemán, marcados en negrita.

Die einmalige Lage verschafft einen Ausblick auf eine wunderschöne Umgebung, **die** Hügel der weißen **Salzteiche** inmitten des Marschlandes des unteren Guadalquivir. Es sind genau diese weißen Flächen, die ideal für den Weinbau sind. Die technischen Merkmale der Erde ermöglichen es Feuchtigkeit zu speichern, und das in einer Region, in der die Sonne das **Wetter** dominiert, was ein weitere Grundlage des Weinanbaus ist.

En la primera oración encontramos dos errores graves de traducción, tratándose de un contrasentido, que atribuye un sentido contrario o erróneo a la intención del autor, a un enunciado del texto de origen, y un sin sentido. La oración del texto original en español es “Situada en un paraje sin igual, las lomas de sus blancas albarizas contemplan un bello paisaje, las marismas del bajo Guadalquivir, (...)”. En alemán, se ha cambiado el sentido en *die Hügel*, de modo que son las lomas las que son contempladas, cuando debe ser al revés, desde las lomas se contempla el paisaje. En alemán, por tanto, se debe o imitar la estructura del texto de origen, en el cual *las lomas* es el sujeto, o debe decirse *von den Hügeln aus* (desde las lomas) y hay que cambiar la sintaxis. Se produce un sin sentido en *Salzteiche* (salina), ya que en el texto original español es *albarizas*, cuya traducción al alemán es *Kreideböden*. Más adelante, hay un falso sentido, ya que *climatología* se ha traducido por *Wetter* (tiempo), cuando lo correcto sería *Klima*. Por lo tanto, a pesar de que se cometen menos errores de lengua en las traducciones de esta página web, los errores de traducción son de los más graves.

En la frase “Außerdem, lieben wir die Weinberge, die zeigen, was wirklich zählt” (Y además, amamos los viñedos, que nos descubren lo que de verdad importa), se puede apreciar un calco sintáctico, ya que se imita la estructura de la frase original, y es que en alemán después del adverbio *außerdem* no se debe poner coma. Esta cercanía – demasiado fuerte – al texto de origen se observa en todos los textos alemanes de esta página web. Nos llamó también la atención la omisión del pronombre personal y de los prefijos de algunos verbos separables. En la frase “Über unsere Kontaktseite können ganz einfach und schnell einen Besuch unserer Anlagen vereinbaren” se omite el sujeto, el pronombre personal *Sie*. El prefijo *wider* del verbo separable *widerspiegeln* se omite en la frase “All dies spiegelt sich in den zahlreichen Auszeichnungen und Anerkennungen, die unsere Weine im Laufe unseres Werdeganges gewonnen haben.”

La terminología vitivinícola del texto original español en su gran mayoría se ha traducido correctamente al alemán, o solamente hay pequeños detalles a mejorar, como por ejemplo *Winzertätigkeit* como equivalente de *labor bodeguera*, que es más común que se use en singular que en plural. *Técnico agrícola* se ha traducido por *Landwirtschaftsingenieur*, término que existe pero que no es tan común como *Agraringenieur*, por lo que proponemos este término. *Weiningenieur* es un término poco

común y que no aparece en los diccionarios del vino, mientras que p.ej. el diccionario en línea *Wein Plus* recoge el término *Weintechnologe*, equivalente del término español *técnico enológico*. El único término que consideramos que se ha traducido incorrectamente es *mosto yema*, que se ha traducido como *Most*, traducción que no tiene en cuenta la especificación del tipo de mosto. El mosto yema es definido por la tienda de vinos en línea *Decántalo* como “el primer mosto resultante del estrujado de las uvas por gravedad al ser vaciadas en la prensa. Este tipo de mosto fluye por sí mismo, por el propio peso de las uvas, y sin ejercer ningún tipo de presión adicional.” El diccionario *Wein Plus* describe *Vorlaufmost*¹⁷ de la misma manera, por lo que se trata del término equivalente de *mosto yema*. En la siguiente tabla representamos los términos en español con la traducción que ofrece la página web al alemán y nuestra propuesta.

Español	Alemán	Alemán (nuestra propuesta)
viñedos	Weinberge	
labor bodeguera	Winzertätigkeiten	Winzertätigkeit
técnicos agrícolas y enológicos	Landwirtschafts- und Weiningenieuren	Agraringenieuren und Weintechnologen
vinos de calidad	Qualitätsweinen	
tolba (sic) de recepción	Einfülltrichter	
despalilladora	Entrappungsmühle	
lagar	Kelterei	
prensa neumática	pneumatische Presse	
depósitos de fermentación	Gärungsbehälter	
mosto yema	*Most	Vorlaufmost
botas de roble americano	Fässern aus amerikanischer Eiche	amerikanische Eichenfässer

Tabla 4: Términos vitivinícolas de la página web de la Bodega González Palacios en español y alemán y nuestra propuesta.

4.3. Bodegas La Cigarrera

La página web de las Bodegas La Cigarrera está traducida al inglés y al alemán. En la traducción alemana llama la atención que no se respeta la norma de ortografía alemana de que todos los sustantivos se han de escribir con letra inicial mayúscula. También se han encontrado numerosos errores de lengua en la página web, como solecismos, ya que hay p.ej. incongruencias entre sujetos y verbos, e impropiedades, así como errores de traducción, entre los cuales destacan las hipertraducciones, los calcos, las omisiones y los falsos sentidos. Incluso hay un párrafo en la página web que se ha traducido dos veces, con diferentes palabras, y diferentes errores. Basta un extracto muy

¹⁷ *Wein Plus*: “Der ohne Druckanwendung (Pressen) frei abgeflossene bzw. abgetropfte Traubenmost (auch Ablaufmost, Blütenmost, Freilaufmost, Jungfermost, Knospenmost, Seihmost und Tränenmost) als erstes Ergebnis der Mostausbeute.“

corto para encontrar varias hipertraducciones así como errores de lengua, marcados en negrita.

Wir stellen ihnen auch unsere weinstube-restaurant zur verfügung. Ein typischesr raum, ausgerüstet mit stierkampf- und erntegeräte.

Como se puede ver, aparte de la mencionada ausencia categórica de mayúsculas, hay errores ortográficos, p.ej. en *typischesr* (*typischer*) y un error gramatical en *erntegeräte*, que debe terminar en *-n*, al tratarse de un sustantivo en dativo. Otro error está en el artículo posesivo *unsere*, que al referirse a un sustantivo masculino debe ser *unser*. Ya se han mencionado las hipertraducciones, de las cuales en este extracto hay tres.

La primera está en la traducción de *contamos con* por *stellen ihnen (...) zur verfügung* (ponemos a su disposición), ya que en este caso una traducción más corta hubiese sido la mejor elección, p.ej. *wir haben* o *es gibt*. La traducción alemana se aleja bastante del texto original cuando traduce *decorado* por *ausgerüstet* (equipado), que no es solamente una hipertraducción, sino al mismo tiempo un falso sentido. La mejor solución sería una traducción literal: *dekoriert*. Lo mismo ocurre en la última hipertraducción encontrada en este extracto. En este caso, *motivos bodegueros y taurinos* se ha traducido como *stierkampf- und erntegeräte*. *Erntegeräte* (maquinaria para la cosecha) es una hipertraducción de *motivos bodegueros*, pero podría ser una traducción aceptable, a pesar de que *bodeguero* en alemán sería *Weinbau-*. Por el contrario, *Stierkampfgeräte* (maquinaria para la corrida de toros) es una hipertraducción y un falso sentido. De nuevo, la traducción literal es la mejor y al mismo tiempo la más fácil: *Stierkampf- und Weinbaumotive*.

En la siguiente frase, se pueden observar una omisión, aparte de otros muchos errores, que impiden el entendimiento de la misma: “Tapas und gerichte mit sorgfalt zubereitet, mit frischen und qualitativ hochwertigen unseres landes, die zusammen mit unseren weinen zu suchen, um die sinne der gäste zu wecken.“ (Tapas y platos preparados con esmero, con productos frescos y de máxima calidad de nuestra tierra, que unidos a nuestros vinos buscan despertar los sentidos del comensal.). De nuevo, salta a la vista el uso constante de la minúscula. Primero hay un solecismo, ya que el orden sintáctico es incorrecto, siendo lo correcto *Mit Sorgfalt zubereitete Tapas und Gerichte*. En lo que sigue, se ha omitido el sustantivo *Produkten*, y hay un falso sentido en *suchen*, ya que *buscar* en este caso se debe traducir como *versuchen* y, además, no debe ir precedido de *zu*. Aun así, se podría emplear una expresión más elegante, como *die zusammen mit unseren Weinen dazu bestimmt sind*. Por último, hay otro solecismo, ya que hay que eliminar *um*.

La terminología vitivinícola encontrada en el texto original español, en algunos casos se ha traducido correctamente al alemán y solamente hay que corregir las minúsculas iniciales. Sin embargo, también hay varios calcos y casos en los que no se ha optado por emplear la terminología específica vitivinícola en alemán. Por ejemplo, **kommerzialisierung* es un calco de *comercialización* y *nave* se puede traducir como

Gebäude, pero el término vitivinícola sería *Keller*. En la siguiente tabla se encuentran estos y otros términos en español, con la traducción de la página web en alemán y nuestra propuesta.

Español	Alemán	Alemán (nuestra propuesta)
degustación	*verkostung	Verkostung
bodega de Crianza y Expedición	*alterung und expedition kellerei	Weinkeller für den Ausbau und Vertrieb
naves de crianza	*alterungsgebäude	Ausbaukeller
Almacenista de vinos	*weinlagerung	Weinlagerung
proceso de crianza y envejecimiento	*alterungsprozess	Ausbau- und Alterungsprozess
bodega	*Kellerei	Weingut
comercialización	*kommerzialisierung	Vertrieb

Tabla 5: Términos vitivinícolas de la página web de Bodegas La Cigarrera en español y alemán y nuestra propuesta.

4.4. Bodegas Tío Pepe

La página web de las Bodegas Tío Pepe está disponible en español, inglés y alemán. Sus textos alemanes se caracterizan por mantenerse muy cerca al texto de partida español, con calcos del español, pero también por contener anglicismos, usos impropios, consistentes en errores en la traducción de la terminología, y solecismos. Además, se han encontrado algunos falsos sentidos y otros errores de traducción, pero sobre todo se trata de errores de lengua. Un anglicismo es *Lunch*, para traducir *almuerzo*, y el equivalente correcto alemán sería *Mittagessen*. Hay otro calco del inglés en el plural *Sherries und Brandies*, que en alemán debe ser *Sherrys und Brandys*. A continuación, comentaremos algunos errores encontrados en un extracto de la traducción alemana, marcados en negrita.

Verkosten ist eine Art, einen Wein zu schätzen und ein Versuch seine Qualitäten und **Schwächen** zu entdecken, um ihn **einzuschätzen**. Für diesen Vorgang **werden** unsere Sinne **verwandt**. (**Sehen, Riechen, Schmecken**).

El primer error es un falso sentido, que conduce a un uso impropio, ya que *defectos*, del texto original, se puede traducir como *Schwächen* en otros contextos, pero en este contexto enológico se trata claramente de un término vitivinícola, cuyo equivalente alemán es *Fehler* o *Weinfehler*. El verbo *einzuschätzen*, traducción de *evaluar*, es otro uso impropio originado por un falso sentido, ya que este verbo alemán se utiliza más bien para situaciones o personas, y el equivalente correcto sería *bewerten*. En la siguiente oración, el verbo está en voz pasiva (*werden verwandt*), aunque en el texto de origen está en activa (*utilizaremos*), y en alemán también sería lo correcto emplear *verwenden*, *benutzen* o *brauchen* en voz activa. No se trata de un error, pero hace que la traducción suene poco natural. Por último, *vista*, *nariz*, *boca* ha sido traducido por *Sehen*, *Riechen*, *Schmecken*. Una vez más, la traducción no es incorrecta, pero no respeta la terminología vitivinícola del alemán, ya que es muy habitual que las fases de

la cata de vinos se describan como *Auge, Nase, Zunge*. Se trata por lo tanto de usos improprios de los términos. Cabe señalar, por último, que dos términos (*sobretablas* y *soleras*) no tienen equivalente en alemán, por lo que en la traducción se mantienen en español. Estamos de acuerdo con este procedimiento, pero optamos además por la técnica de la descripción para conseguir que dichos términos sean comprensibles para el lector alemán. Estos y otros términos del lenguaje especializado de la vitivinicultura se recogerán en la siguiente tabla, en español, alemán y con corrección o propuesta alternativa, si procede.

Español	Alemán	Alemán (nuestra propuesta)
defectos	*Schwächen	Fehler, Weinfehler
vista	Sehen	Auge
nariz	Riechen	Nase
boca	Schmecken	Zunge
sobretablas	Sobretablas	Sobretablas, einjähriger Sherry
Ruta del vino	*Route Wein	Weinstraße, Weinroute
bodegas	Winzerhöfe	Weingüter, Bodegas
vendimia	*Wein Ernte	Weinlese
cepas de parra	*wein ranken	Weinreben, Weinranken
Soleras Exclusivas	Solera-System	Solera-System, ein traditionelles Lagerungs- und Verschnittsystem

Tabla 6: Términos vitivinícolas de la página web de Bodegas Tío Pepe en español y alemán y nuestra propuesta.

4.5. Cortijo Los Aguilares

El sitio web del Cortijo Los Aguilares ha sido traducido al alemán e inglés. La traducción alemana es la única de las cinco páginas web de bodegas andaluzas analizadas que no contiene errores de lengua y, a diferencia de las otras cuatro, probablemente haya sido traducida por un alemán nativo/ una alemana nativa, pero aun así se pueden objetar algunos errores de traducción. En general, se utilizan préstamos no naturalizados del español y traducciones literales, manteniéndose demasiado cerca del texto de origen, lo que en ocasiones causa un efecto poco natural en alemán. Hay que mencionar también que hay párrafos que no han sido traducidos. Mediante el siguiente extracto de la traducción alemana explicaremos algunos de los errores de traducción, tratándose de dos calcos del español.

Die aus Frankreich stammende Traube hat in unserem Weingut ideale Bedingungen gefunden und kann sich **ausdrücken** wie sonst nur noch an ganz wenigen Orten. Wir ernten Sie als Letzte, fast zwei Monate nach Beginn der Lese, wohl wissend, dass sie erst dann **ihr Bestes gibt**, wenn sie bis an ihre äussersten Grenzen geführt wird.

El primer calco es el verbo *ausdrücken*, traducción de *expresarse*, que en otros contextos sería correcto, pero en este contexto vitivinícola es poco natural. Un

equivalente para abarcar el concepto de la uva que se expresa sería *sich entfalten* o *sein Aroma entfalten* (*desplegar su aroma*). Otro calco es *ihr Bestes gibt* para traducir *da lo mejor de sí misma*, un equivalente aceptable en otros contextos, pero que suele utilizarse para personas e implica esfuerzo. Una connotación de esta expresión en alemán es incluso negativa, ya que se puede percibir como *esforzarse mucho, pero finalmente fracasar*. Por lo tanto, es preferible recurrir de nuevo al verbo *entfalten*, en combinación con un adverbio como *voll, ideal* o *perfekt*, lo que da lugar a *sich erst dann voll/ ideal/ perfekt entfaltet*.

En la siguiente tabla se recoge terminología vitivinícola en español con su equivalente alemán provenientes de la página web del Cortijo Los Aguilares a las que solamente añadimos algunas propuestas.

Español	Alemán	Alemán (nuestra propuesta)
viñedos	Weinberge	
variedades de uva	Sorten	Rebsorten, Traubensorten
desherbados manuales	manuellen Unkrautentfernung	
herbicidas	Unkrautvertilgungsmitteln	Herbiziden
plantación	Bepflanzung	
cepas	Rebstöcken	
maduración de la uva	Reifung der Trauben	
acidez	Säure	
cámara frigorífica	Kühlkammer	
proceso de elaboración	Ausbauprozess	
embotellado	Abfüllung	
esquema por gravedad	Schwerkraftprinzip	Gravitationsprinzip
barricas de roble francés	französischen Eichenfässern	
tonelerías	Küfereien	

Tabla 7: Términos vitivinícolas de la página web del Cortijo Los Aguilares en español y alemán y nuestra propuesta.

5. CONCLUSIONES

En el presente estudio nos planteábamos el objetivo de examinar la disponibilidad en lengua alemana de contenidos web enoturísticos de Andalucía, así como su calidad. El primer hallazgo relevante es la multiplicidad de páginas web sobre turismo en esta región, lo que supone una debilidad por encontrarse la información dispersa en las webs de distintos organismos y dificultar el acceso al turista. Asimismo, nuestra hipótesis de partida se cumple solo parcialmente, ya que existe un número variable de contenidos disponibles en lengua alemana según la provincia en cuestión. No es sorprendente que las provincias con un mayor número y mayor corrección de contenidos en alemán sean Cádiz y Málaga, pues reciben un mayor número de turistas. Sin embargo, se han

detectado deficiencias que afectan, fundamentalmente, a la falta de revisión de los contenidos por parte de profesionales de la traducción, especialmente nativos germanoparlantes.

Además de las incorrecciones de tipo lingüístico, ortográfico y gramatical, es de señalar que los errores más frecuentes en la traducción de referentes culturales y terminología vitivinícola detectados son los calcos y préstamos no naturalizados, las omisiones y los errores de sentido. Se observa una gran cercanía de los textos meta a los textos de origen, que tiene como resultado textos poco naturales en alemán y da lugar a gran parte de los errores encontrados. El tratamiento que se da a los referentes culturales es irregular y heterogéneo, sin tener en cuenta la impresión o carga informativa que la traducción pueda tener en el turista germanoparlante. En este sentido, no solamente es importante la corrección de la traducción, sino también un uso adecuado, informativo, divulgativo y promocional de la terminología vitivinícola.

Es un hecho evidente que la traducción tiene un papel fundamental en la promoción enoturística entre hablantes de otras lenguas. En este contexto, los errores de traducción detectados producen una imagen negativa del sitio web en cuestión y, por lo tanto, de la bodega o actividad enoturística correspondiente. Pensamos que el enoturismo en Andalucía se encuentra ante una oportunidad perdida, ya que es patente la voluntad de poner a disposición del turista germanoparlante contenidos informativos en su lengua, pero esto no se realiza con el rigor y la eficacia que serían de desear.

Como futura línea de investigación, planteamos la necesidad de realizar estudios empíricos sobre la percepción del usuario germanoparlante de los textos traducidos, especialmente en lo tocante a los referentes culturales y la terminología vitivinícola. Por otro lado, es de interés conocer con qué base se toma la decisión de traducir o no los contenidos web, y a qué idiomas se traducen estos, con el fin último de mejorar la difusión y la promoción de nuestra región y sus productos enoturísticos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ACEVIN (Asociación Española De Ciudades Del Vino) – Rutas Del Vino De España. *Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España 2016*. Disponible en: <http://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo728.pdf> [Consulta: 04/10/2017]
- Balbuena Torezano, C. y Álvarez Jurado, M., *Lenguajes especializados y traducción: Vitivinicultura*. Córdoba: EDF, 2015.
- Cuéllar Lázaro, C., “Los vinos de la D.O. Ribera del Duero a través de las traducciones de sus páginas web”. En: Ibáñez Rodríguez, Miguel y María Teresa Sánchez Nieto (coords.), *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2006, pp. 333-345.
- Dancette, J., “La faute de sens en traduction”, *TTR*, 2/2, 1989, pp. 83-102.

- Decántalo. Disponible en: <https://www.decantalo.com/es/blog/elaboracion-del-vino/vinos-de-mosto-flor/> [Consulta: 20/10/17]
- Delisle, J., Lee-Jahnke, H. y Cormier, M., *Terminologie de la Traduction. Translation Terminology. Terminología de la Traducción. Terminologie der Übersetzung*. Amsterdam: John Benjamins, 1999.
- Eisenreich, K., “Descripción de vinos. Problemas de traducción español-alemán”. En: Ibáñez Rodríguez, M. y Sánchez Nieto, M.T. (coords.), *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2006, pp. 347-357.
- FEV (Federación Española del Vino). *Memoria 2016*. Disponible en: <http://www.fev.es/memoria2016/#p=26> [Consulta: 04/10/2017]
- FEV. Disponible en: http://www.fev.es/v_portal/apartados/apartado.asp?te=29 [Consulta: 04/10/2017]
- Foods & Wines from Spain. Disponible en: <http://www.foodswinesfromspain.com/spanishfoodwine/global/spain-regions/spain-and-regions-andalusia.html> [Consulta: 04/10/2017]
- Gouadec, D., “Paramètres de l’évaluation des traductions”, *Méta*, 26/2, 1981, pp. 99-116.
- Hatim, B. y Mason, I., *The Translator as Communicator*. Londres: Routledge, 1997.
- House, J., *A Model for Translation Quality Assessment. A Model Revisited*. Tübinga: Gunter Narr, 1997.
- Hurtado Albir, A., *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra, 2001.
- Ibáñez Rodríguez, M., Sánchez Nieto, M.T., Gómez Martínez, S., Comas Martínez, I. (eds.), *Vino, lengua y traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2010.
- Ibáñez Rodríguez, M. y Sánchez Nieto, M.T. (coords.), *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 2006.
- Kupsch-Losereit, S., “The Problem of Translation Error Evaluation”. En: Titford, C. y Hieke, A.E. (eds.), *Translation in Foreign Language Teaching and Testing*. Tübinga: Gunter Narr, 1985, pp. 169-179.
- Kussmaul, P., *Training the Translator*. Amsterdam: John Benjamins, 1995.
- Nord, C., *Text analysis in Translation*. Amsterdam: Rodopi, 1991.
- OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino) (28/05/2017). *2017 World Vitiviniculture Situation. OIV Statistical Report on World Vitiviniculture*. Disponible en:

<http://www.oiv.int/js/lib/pdfjs/web/viewer.html?file=/public/medias/5479/oiv-en-bilan-2017.pdf> [Consulta: 04/10/2017]

Pym, A., "Translation error analysis and the interface with language teaching". En: Dollerup, C. y Loddegaard, A. (eds.), *Teaching Translation and Interpreting*. Ámsterdam: John Benjamins, 1992, pp. 279-288.

UNWTO (World Tourism Organization). *UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition*. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> [Consulta: 04/10/2017]

Wein Plus. Disponible en: <https://glossar.wein-plus.eu/weinkeller> [Consulta: 03/10/17]

- <https://glossar.wein-plus.eu/weintechnologie> [Consulta: 19/10/17]

- <https://glossar.wein-plus.eu/vorlaufmost> [Consulta: 20/10/17]

Wine Routes of Spain. Disponible en: <http://www.wineroutesofspain.com/ver/2457/Rutas-del-vino.html> [Consulta: 04/10/2017]

Fuentes primarias

Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga <http://www.malagaturismo.com/> [Consulta: 03/10/17]

Bodegas Cruz Conde <http://www.bodegascruzconde.es/> [Consulta: 03/10/17]

Bodega El Pimpi <https://www.elpimpi.com/de/> [consulta: 18/10/2017].

Bodega González Palacios <http://gonzalezpalacios.com/> [Consulta: 03/10/17]

Bodegas La Cigarrera <http://www.bodegaslacigarrera.com/> [Consulta: 03/10/17]

Bodegas Tío Pepe <https://www.bodegastiopepe.com/> [Consulta: 03/10/17]

Consejería de Turismo y Deportes de la Junta de Andalucía <http://www.andalucia.org/> [Consulta: 03/10/17]

Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen "Jerez-Xérès-Sherry" - "Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda" - "Vinagre de Jerez" <https://www.sherry.wine/es/los-vinos/vinos-generosos> [consulta: 18/10/2017].

Consorcio de Turismo de Sevilla <http://www.visitasevilla.es/> [Consulta: 03/10/17]

Cortijo Los Aguilares <http://www.cortijosaguilares.com/> [Consulta: 03/10/17]

Delegación de Turismo del Ayuntamiento de Córdoba <http://www.turismodecordoba.org/> [Consulta: 03/10/17]

Diputación de Jaén <http://www.jaenparaisointerior.es/> [Consulta: 03/10/17]

Diputación de Málaga <http://www.malaga.es/es/turismo/> [Consulta: 03/10/17]

Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Almería <https://www.turismodealmeria.org/>
[Consulta: 03/10/17]

Oficina Municipal de Información Turística del Ayuntamiento de Granada
<http://www.granadatur.com/> [Consulta: 03/10/17]

Patronato Municipal de Cultura, Turismo y Patrimonio Histórico del Ayuntamiento de Jaén <http://www.turjaen.org/> [Consulta: 03/10/17]

Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Cádiz
<http://www.cadizturismo.com/> [Consulta: 03/10/17]

Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Granada <http://www.turgranada.es/>
[Consulta: 03/10/17]

Patronato Provincial de Turismo de Huelva <http://www.turismohuelva.org/es/>
[Consulta: 03/10/17]

Viajeros del Vino www.viajerosdelvino.com/ [Consulta: 03/10/17]