

Ibáñez Rodríguez, Miguel (2020). *Enotradulengua. Vino, lengua y traducción*. Berlín: Peter Lang, 368 pp.

Silvia Martínez Martínez

Universidad de Granada

El presente volumen es fruto de la dilatada trayectoria del grupo de investigación GIRTraduvino de la Universidad de Valladolid, con sede en la Facultad de Traducción e Interpretación de Soria. Este grupo comenzó su andadura en el año 2005 y su investigador principal es el Dr. Miguel Ibáñez Rodríguez.

Como bien se señala en la introducción del libro, la mayoría de los capítulos son fruto de los miembros integrantes del mencionado grupo de investigación, además de contar con otros capítulos escritos por investigadores de universidades extranjeras que, sin duda, enriquecen esta obra.

El libro ofrece diversos espacios desde los que abordar tanto la traducción como las disciplinas ligadas al vino como las ontologías, la historia del conocimiento enológico, la lengua de la vid y el vino, el enoturismo y algunos de los géneros más característicos de este ámbito, como son las etiquetas, las notas de cata y el anuncio impreso.

Así pues, nos encontramos ante una obra dividida en dieciocho capítulos que presentan diversos aspectos concretos dentro de los ámbitos del vino, la lengua y la traducción, tal como se expone a continuación por orden de aparición.

Tras una breve presentación a cargo del editor, Miguel Ibáñez Rodríguez, la recopilación se inicia con un capítulo redactado por la prestigiosa investigadora Christiane Nord, que comienza anotando que no existen reglas fijas para la traducción y que es imprescindible tomar algunas decisiones sobre la marcha. Para ello, propone que se siga el método funcionalista *top-down* para resolver todas aquellas cuestiones que el traductor se encuentre a lo largo del complejo proceso traductor. La autora demuestra la viabilidad de este enfoque utilizando la novela *The Wine-maker* de Noah Gordon comparándolas con las traducciones en español y alemán.

El segundo capítulo, de la mano de Fernando Martínez de Toda, realiza un recorrido histórico sobre los autores y los textos que han generado a lo largo de los tiempos hasta llegar a lo que hoy día conocemos como las ciencias de la vid y el vino.

Introduciéndose en el campo de las nuevas vías de investigación, Amparo Alcina muestra algunos de los resultados del grupo de investigación GIRTraduvino. Así, el capítulo se aproxima a las soluciones de adaptación de las ontologías para desarrollar un análisis detallado de los conceptos y sus relaciones como base de la elaboración de definiciones terminológicas.

Información

Correspondencia:
Silvia Martínez Martínez
smmartinez@go.ugr.es

El cuarto capítulo se ocupa de abordar el primer texto escrito en español sobre las técnicas y el cultivo de la vid y la elaboración del vino. Miguel Ibáñez Rodríguez trata de evaluar el grado de desarrollo del conocimiento vitivinícola del libro segundo de la *Obra de agricultura* de 1513 de Gabriel Alonso de Herrera. Muy interesante es su análisis en el que demuestra la aparición del primer vocabulario especializado sobre el vino y su aportación sobre la génesis del español del vino y su contribución desde una perspectiva diacrónica.

Siguiendo la línea del español del vino, el trabajo de Alejandro Junquera Martínez y Esther Álvarez García permite, en esta ocasión, a comprender con mayor profundidad el ámbito de los contenedores y recipientes de esta bebida en el siglo XVII. Los autores se basan en un corpus de diversos documentos notariales recogidos en el corpus *CorLexIN (Corpus Léxico de Inventarios)*. Asimismo, cabe señalar la pulcritud de sus resultados, al contrastarlos con los datos registrados en diversos corpus académicos para determinar su referencia, uso y restricciones, tanto desde el punto de vista diatópico como diacrónico.

Este cautivador viaje continúa al otro lado del Atlántico; más concretamente en el *Atlas Lingüístico Etnográfico del Nuevo Cuyo*. Aída Elisa González de Ortiz expone la rica variedad terminológica de esta región argentina. En este trabajo, la autora se centra exclusivamente en el campo semántico de la vid para conocer el comportamiento de la lengua de estirpe hispano-criolla, que se muestra muy mestizada con los aportes de la inmigración en el siglo XIX.

Gloria Martínez Lanzán se adentra en el fascinante mundo de los extranjerismos con su capítulo que versa sobre los nombres propios que sirven para identificar o individualizar objetos únicos en la especialidad de la vitivinicultura. La autora analiza y clasifica a lo largo de su trabajo los topónimos y antropónimos procedentes del francés, italiano, inglés y alemán. Asimismo, no solo se ocupa de ofrecer interesantes reflexiones teóricas de autores especialistas en nombres propios, sino que aborda también su traducción.

De la mano de Bozena Wislocka Breit, el volumen toma otro enfoque al centrarse en esta ocasión, tal como reza el título de su trabajo, en los nombres de los vinos españoles en la literatura inglesa. La autora realiza un interesante recorrido de la presencia de los vinos españoles en Inglaterra, desde los vinos de Jerez, pasando por los vinos canarios, así como otros vinos españoles que llegaron allí por vía oral mediante los comerciantes, que los importaban desde nuestro país.

Los siguientes dos capítulos se centran en el enoturismo. M^a Esther Fraile Vicent centra en su trabajo las metáforas lingüísticas más frecuentes en el enoturismo y las estrategias de traducción más habituales con las que estas se suelen traducir. Para ello, realiza un exhaustivo análisis de las páginas web de las bodegas de Ribera del Duero. Asimismo, propone dos clasificaciones de metáforas conceptuales y sugiere formas para mejorar la traducción de estas.

En este mismo bloque, María Pascual Cabrerizo realiza una introducción al enoturismo 2.0. La autora parte de un corpus de sitios relacionados con el enoturismo en cuatro regiones de España y Estados Unidos para analizar los aspectos pragmáticos, socioculturales, comunicativos y macro y microtextuales del macrogénero sitio Web corporativo. De su análisis se desprenden algunas características similares a otras páginas web enoturísticas y su adaptación a las estrategias del marketing.

El turismo accesible se abre camino poco a poco y, como no podía ser de otro modo, este también tiene cabida en este fascinante mundo de la vid y el vino. Rayco H. González-Mon-

tesino y Silvia Saavedra-Rodríguez muestran en su trabajo la dificultad que presenta la traducción de las metáforas del vino a la lengua de signos española, además de exponer diversas técnicas traductológicas y recursos lingüísticos para llevar a cabo esta compleja tarea de traducción accesible.

En el siguiente bloque, el editor incluye varios capítulos que versan sobre los géneros textuales más propios del vino. En el único capítulo redactado en otra lengua diferente a la española, Pierre Lerat nos descubre la variabilidad en los textos de las etiquetas de las botellas de vino tinto. El autor recalca la importancia de los mensajes de este género, que sirven para identificar el producto y que son parte fundamental para su comercialización.

También en torno a esta línea, Linus Jung realiza un interesante estudio sobre la etiqueta del vino alemán. Siguiendo con la función comunicativa de estas, el autor realiza un recorrido histórico de las etiquetas y profundiza sobre la tipología prototípica del vino alemán.

En el último capítulo de este bloque, desde la imagen, y en particular, desde el paisaje, Julio Fernández Portela se adentra en el lenguaje y el diseño en las etiquetas de las botellas de vino. El autor destaca la importancia de las etiquetas para analizar cómo se crea el imaginario de un lugar y, de este modo, analizar e identificar una muestra de estas que representan el paisaje de la vid y el vino en diferentes comarcas vitivinícolas del mundo.

Andrea Martínez Martínez en su contribución destaca la importancia de las figuras retóricas en las notas de cata de vinos. En este capítulo se estudian los recursos literarios y su importancia en las notas de cata y su reflejo y particularidades en inglés y español.

Del anuncio genérico-marquista de vino impreso en revistas especializadas se ocupa Laura Barahona Mijancos. La autora profundiza sobre el origen de este género textual y analiza sus características intrínsecas, tanto en el plano lingüístico como extralingüístico, a partir de la exposición de la herramienta utilizada para llegar a los potenciales compradores.

Para finalizar esta recopilación, Teresa París Pombo realiza un estudio en profundidad sobre el mercado de la traducción en el ámbito de las indicaciones geográficas del vino en el mundo de Baco y su traducción. Así, este capítulo demuestra la importancia que desempeña este tipo de traducción y la emergente salida laboral para futuros traductores especializados en traducción vitivinícola.

Como promete su contracubierta, nos encontramos con una obra dinámica, bien estructurada, documentada y actual que cumple de sobra con los objetivos declarados por el editor en su introducción.

En definitiva, el libro que el lector tiene en sus manos es fundamental para todos aquellos que quieran profundizar en este ámbito emergente y necesario de la traducción en una sociedad en creciente globalización e internacionalización, en la que el consumo de alimentos y bebidas traspasa cada vez más fronteras.