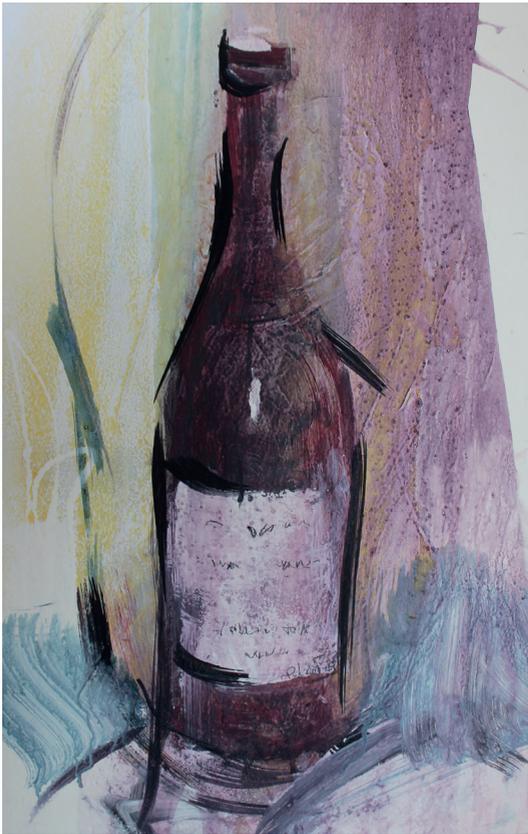
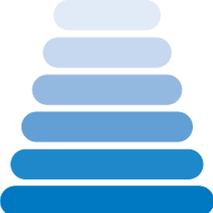


# La traducción del etiquetado del vino: De la teoría a la práctica



Gisella Policastro Ponce

EDITORIAL COMARES



Interlingua

The logo for Interlingua, consisting of five horizontal bars of increasing length from top to bottom, stacked vertically. The bars are light blue at the top and transition to a darker blue at the bottom.

---

# LA TRADUCCIÓN DEL ETIQUETADO DEL VINO



---

Gisella Policastro Ponce

La traducción  
del etiquetado del vino:  
De la teoría a la práctica

*Granada, 2023*

---

---

Colección indexada en la MLA International Bibliography desde 2005

---

EDITORIAL COMARES

INTERLINGUA

356

*Directores de la colección:*

ANA BELÉN MARTÍNEZ LÓPEZ

PEDRO SAN GINÉS AGUILAR

*Comité Científico (Asesor):*

ESPERANZA ALARCÓN NAVÍO Universidad de Granada	CATALINA JIMÉNEZ HURTADO Universidad de Granada
JESÚS BAIGORRI JALÓN Universidad de Salamanca	ÓSCAR JIMÉNEZ SERRANO Universidad de Granada
CHRISTIAN BALLIU ISTI, Bruxelles	HELENA LOZANO Università di Trieste
LORENZO BLINI LUSPIO, Roma	MARIA JOAO MARÇALO Universidade de Évora
ANABEL BORJA ALBÍ Universitat Jaume I de Castellón	FRANCISCO MATTE BON LUSPIO, Roma
NICOLÁS A. CAMPOS PLAZA Universidad de Murcia	JOSÉ MANUEL MUÑOZ MUÑOZ Universidad de Córdoba
MIGUEL Á. CANDEL-MORA Universidad Politécnica de Valencia	CHELO VARGAS-SIERRA Universidad de Alicante
ÁNGELA COLLADOS AÍS Universidad de Granada	MERCEDES VELLA RAMÍREZ Universidad de Córdoba
MIGUEL DURO MORENO Woolf University	ÁFRICA VIDAL CLARAMONTE Universidad de Salamanca
FRANCISCO J. GARCÍA MARCOS Universidad de Almería	GERD WOTJAK Universidad de Leipzig
GLORIA GUERRERO RAMOS Universidad de Málaga	

*ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN:*

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto, con formato PDF) a alguna de las siguientes direcciones electrónicas: [anabelen.martinez@uco.es](mailto:anabelen.martinez@uco.es), [psgines@ugr.es](mailto:psgines@ugr.es)

Antes de aceptar una obra para su publicación en la colección INTERLINGUA, ésta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Para llevarla a cabo se contará, inicialmente, con los miembros del comité científico asesor. En casos justificados, se acudirá a otros especialistas de reconocido prestigio en la materia objeto de consideración.

Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 60 días. Una vez aceptada la obra para su publicación en INTERLINGUA (o integradas las modificaciones que se hiciesen constar en el resultado de la evaluación), habrán de dirigirse a la Editorial Comares para iniciar el proceso de edición.

*Colección fundada por: Emilio Ortega Arjonilla y Pedro San Ginés Aguilar*

Imagen de cubierta: © Francesco Policastro

© Gisella Policastro Ponce

Editorial Comares, 2023

Polígono Juncaril • C/ Baza, parcela 208 • 18220 Albolote (Granada) • Tlf.: 958 465 382

<http://www.comares.com> • E-mail: [libreriacomares@comares.com](mailto:libreriacomares@comares.com)

<https://www.facebook.com/Comares> • <https://twitter.com/comareseditor>

<https://www.instagram.com/editorialcomares>

ISBN: 978-84-9045-973-7 • Depósito legal: Gr. 1926/2022

Impresión y encuadernación: COMARES

A mis padres, siempre a ellos. Por su apoyo constante e incondicional.

A S. J. T.

Eternamente agradecida a las dos personas que han marcado y siguen marcando mi camino académico y profesional, Manuela Álvarez Jurado y M<sup>a</sup> Carmen Balbuena Torezano.

A todos aquellos que han contribuido de un modo u otro en la ejecución de este trabajo de investigación. Desearía hacer una mención especial a las empresas bodegueras, nacionales e internacionales, que han cedido su material para la conformación del corpus textual sobre el que se fundamenta la presente obra.



---

## Sumario

Prólogo .....	XI
Introducción .....	XIII
1. EL ETIQUETADO DEL VINO AL DETALLE .....	1
I. Breve recorrido histórico sobre el origen y evolución del etiquetado del vino ..	4
II. Rasgos característicos del etiquetado de productos vitivinícolas .....	12
III. Reflexión final .....	59
2. MARCO NORMATIVO, DOCUMENTAL Y DE LOCALIZACIÓN .....	61
I. Marco normativo como material documental .....	64
II. Análisis normativo a nivel internacional .....	66
III. Análisis normativo a nivel comunitario y nacional .....	70
IV. Reflexión final .....	113
3. LA TRADUCCIÓN DEL ETIQUETADO DEL VINO .....	115
I. El proceso de traducción .....	116
II. Competencia traductora .....	121
III. La traducción del etiquetado del vino .....	124
Epílogo .....	147
Referencias bibliográficas .....	149



---

## Prólogo

Hasta la fecha, el etiquetado del vino y su traducción había sido abordado en artículos de revistas y en capítulos de libros, así que con este libro se estudia por primera vez de manera monográfica. Se trata de un avance importante, puesto que frente a la dispersión de los trabajos existentes, aquí disponemos de una visión más completa y de mayor alcance. Por otro lado, estamos ante una línea de investigación joven que con publicaciones como esta, alcanza su mayoría de edad.

Hay que felicitar a la autora, Gisella Policastro Ponce, porque su libro contiene todos los ingredientes de una publicación rigurosa. El tema objeto del libro queda muy bien planteado: la traducción del etiquetado del vino. Además, justifica de manera razonada el interés y pertinencia de su estudio, dada la escasez de investigaciones frente al importante volumen de traducciones en este campo. Las traducciones de las etiquetas del vino cuentan con mucha solera, mientras que los estudios sobre el tema son relativamente recientes, empezaron hace unos quince años aproximadamente. Y para no andar caminos ya recorridos, tiene en cuenta la autora los trabajos que previamente se han publicado sobre el tema, lo cual le sirve para delimitar el suyo. Su objeto de estudio se centra en la metodología y didáctica de la traducción de las etiquetas del vino, con el fin de que el traductor cuente con pautas claras para que lo guíen de modo que pueda acometer con pericia este tipo de traducciones. En definitiva, lo que pretende con este libro es poner a disposición del traductor un «marco de referencia para la traducción de etiquetas».

El material de estudio está constituido por un corpus textual de 647 etiquetas del sector vitivinícola español de los últimos 50 años. Para el análisis del corpus aplica diferentes metodologías. El método descriptivo y el cualitativo de los elementos lingüísticos y extralingüísticos de las etiquetas le permiten obtener resultados y llegar a conclusiones que recoge en sus reflexiones finales. También se hace trabajo de campo mediante encuestas y entrevistas a los profesionales del sector para conocer de primera mano la traducción en el ámbito vitivinícola.

Muy interesante es el capítulo primero en el que se traza la historia del etiquetado de vinos. La génesis y desarrollo de este género textual, así como su caracterización es imprescindible en un trabajo como este. Se trata de un género complejo, a pesar de su aparente sencillez. A su función informativa, se incorpora con el tiempo su función estética. Además de ser un material de indudable interés para estudios como el presente, las etiquetas son documentos históricos que nos pueden ayudar a conocer la historia del vino y la de sus gestes y países productores.

De lectura menos agradable, aunque muy necesario, es el capítulo dos, puesto que la normativa sobre el etiquetado del país de destino es uno de los principales condicionantes en la traducción de este género textual. La autora nos proporciona una recopilación panorámica de la normativa de referencia en materia de exportación de vinos de cuya vigencia y nuevas normativas deberá estar al tanto el traductor.

En el capítulo tercero, se recogen las aportaciones más importantes del libro. Se propone un modelo para el proceso de traducción del etiquetado y se señalan las competencias básicas del traductor de etiquetas de vino, así como las pautas que ha de seguir. Además, se plantean casos prácticos de traducciones. Estamos ante todo un manual para la traducción de este particular género textual.

Espero que el lector, disfrute como yo, con la lectura de este libro útil y necesario y que, además, es una interesante y novedosa aportación a la traductología y a la práctica traductora en un campo muy específico. En el género textual etiqueta de vino, como dice la autora, confluyen varios elementos en contraste: lo técnico y lo poético, lo normativo y lo facultativo, lo especializado y lo divulgativo, lo imperativo y lo publicitario y la libertad y la limitación. El traductor, en una tarea no falta de dificultad, se ve obligado a mantener este equilibrio entre contrastes en su texto meta.

Gisella Policastro Ponce ha sabido recorrer con gran maestría el camino que va de la teoría a la práctica, tal como reza el subtítulo del libro. Ha conseguido que avance la traductología en lo que se refiere a los géneros textuales y la traducción especializada y a la práctica traductora le proporciona un vademécum para la traducción de las etiquetas de vino.

MIGUEL IBÁÑEZ RODRÍGUEZ  
UVa.GIRTraduvino

---

## Introducción

El presente monográfico tiene por objeto contribuir a la labor traductora del etiquetado, una especialidad que se enmarca dentro de la traducción agroalimentaria y que centra su atención en aquellos productos que pertenecen a este sector, como es el que nos ocupa, el vino. Si bien es considerado por todos una bebida, tradicionalmente asociada a la cultura mediterránea y todo un elixir para los dioses de la mitología clásica, este producto obtenido a partir de la fermentación de la uva se clasifica como alimento desde el punto de vista normativo.

Son innumerables los estudios científicos en torno al lenguaje del vino desde una perspectiva traductora, destacando en particular la labor de dos grupos de investigación referentes en este campo de especialidad:

- El grupo de investigación HUM-947 «Texto, Ciencia y Traducción», dirigido por la profesora María del Carmen Balbuena Torezano, de la Universidad de Córdoba. Sus líneas de investigación relacionadas con este sector abarcan, entre otras, la traducción de textos agroalimentarios, así como la terminología especializada en el ámbito de la agroalimentación y la enología. Sus numerosas publicaciones científicas relacionadas con el ámbito vitivinícola se enmarcan dentro del proyecto de investigación I+D+i FFI2016-7978-R, titulado «Wein-App: sistema multilingüe de información y recursos vitivinícolas», incluido el presente estudio.
- El grupo de investigación GIRTraduvino, sobre la lengua de la vid y el vino y su traducción, dirigido por el profesor Miguel Ibáñez Rodríguez, de la Universidad de Valladolid. Dentro de sus objetivos, se contemplan la recopilación y el estudio de la terminología de la vid y el vino. Cuentan con diversos proyectos de investigación relacionados con esta temática, así como una variada producción científica en torno al lenguaje de la vid y el vino.

La traducción del etiquetado del vino es considerada en el mercado profesional una de las especialidades que cuenta con mayor reconocimiento dentro del sector de la traducción del etiquetado de productos debido a su prestigio y a su elevada demanda y oferta a nivel mundial, propiciando numerosos intercambios comerciales y, por ende, una dinámica y hacendosa actividad traductora. Además, su actividad se ha visto incrementada progresivamente a raíz de la creciente preocupación por parte del consumidor por conocer al detalle el producto que va a consumir, así como por profundizar en los aspectos relativos a la salud y seguridad alimentaria.

A pesar de que abundan en la literatura científica reciente las investigaciones que promueven el ámbito de la traducción agroalimentaria en sus más diversas manifestaciones, así como las publicaciones en torno al lenguaje vitivinícola, llama la atención la escasez de estudios centrados en esta especialidad dentro del mundo de la traducción (Miranda y Coutinho, 2010; Moreno Lara, 2014; Ibáñez Rodríguez, 2017; Policastro Ponce, 2017, 2018a, 2018b, Ramírez Almansa, 2019, Lerat, 2020; Jung, 2020, entre otros). Existe un notable contraste entre la significativa demanda de traducciones de etiquetas de productos y la reducida producción literaria disponible. Aún más si cabe, sorprende que esta especialidad de traducción, tan singular y diferente a otro tipo de traducciones, no cuente con una guía explicativa u orientativa que defina la sistemática traductológica y traductora y marque las pautas para acometer con pericia y desde un conocimiento experto, la traducción de etiquetas de toda índole.

La presente obra se erige, por tanto, como un trabajo singular y sin precedentes, en el que el traductor podrá encontrar los fundamentos básicos que definen, conforman y determinan el etiquetado del vino y su traducción. Nuestra pretensión es conducir al traductor en la adquisición de los conocimientos, destrezas, métodos y competencias que hagan comprensible el significado de lo que representa el etiquetado desde una perspectiva traductora y asistan al profesional en el proceso de traducción y localización del etiquetado del vino.

Aspectos como la triple funcionalidad comunicativa, la conjunción entre el lenguaje vitivinícola técnico y el lenguaje publicitario poético, la implicación y adecuación del texto origen al régimen jurídico del país en el que se desea comercializar el producto, la limitación espacial característica de este género textual o la presencia de elementos extralingüísticos propios definen al etiquetado del vino, caracterizan esta especialidad traductora y conforman la estructura sobre la que se fundamenta este volumen.

Para tal fin, en nuestro intento por confeccionar un marco de referencia para la traducción de etiquetas, se procedió en primera instancia a la compilación de un corpus textual de 647 etiquetas de vino, algunas facilitadas por diversas empresas bodegueras españolas, y otras adquiridas personalmente. El corpus especializado está formado por etiquetas y contraetiquetas de productos vitivinícolas redactadas

en español, en formato bilingüe y en formato trilingüe (en contados casos) y fue compilado *ad hoc* para el uso específico de este proyecto. Comprende etiquetas de casi todas las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de España a fin de que los resultados de su explotación fueran lo más representativos posibles. Se determinó la selección de etiquetas con una antigüedad máxima de 50 años, salvo las seleccionadas de forma puntual para los ejemplos señalados en el apartado histórico.

El proceso de compilación del corpus se realizó de forma manual y semiautomática. En primer lugar, se llevó a cabo la compilación manual con el fin de efectuar un análisis lingüístico y extralingüístico de cada una de las etiquetas. Cabe señalar que la identificación de los resultados obtenidos en esta primera fase han sido cruciales para la redacción de los contenidos de esta obra. Posteriormente, previa alimentación con una lista de exclusión elaborada con anterioridad y la selección de las palabras clave para el dominio de interés, se compiló un corpus, con la herramienta AntCon, representativo del lenguaje vitivinícola presente en el etiquetado. Ello permitió la creación automática de combinaciones de palabras clave y la generación de una lista de palabras potencialmente relevantes, que contaba con un total de 5961 *tokens*, equilibrados internamente. Esta recopilación se utilizó para el análisis de la terminología por campos semánticos.

Completada esta fase, se procedió a la ejecución y elaboración de los marcos teórico y práctico de esta obra, estructurados en tres capítulos bien diferenciados según se detalla a continuación:

- Capítulo 1. El etiquetado del vino al detalle. Constituye la primera aproximación al objeto de nuestro trabajo en la que se estudia los orígenes y la evolución del etiquetado del vino y se determinan los aspectos más característicos de este tipo de género textual que deben conocerse, interpretarse y aplicarse correctamente en el proceso traductor. Basándonos en el modelo teórico de Van Dijk (2005), presentamos la estructuración discursiva del etiquetado desde un plano macroestructural y microtextual, mediante la alusión a ejemplos extraídos de nuestro corpus y a partir de los resultados obtenidos de su explotación.
- Capítulo 2. Marco normativo, documental y de localización. Presenta el marco legal que regula la presentación, comercialización, elaboración y traducción del etiquetado. Dispone y analiza las particularidades normativas que se deberán tener en cuenta en el proceso de localización, a nivel horizontal y vertical, aplicable al etiquetado de productos vitivinícolas. Asimismo, el estudio normativo brinda al traductor recursos documentales esenciales, principalmente en lo que respecta a la terminología precisa y de carácter oficial que debe utilizarse en este tipo de textos.
- Capítulo 3. La traducción del etiquetado del vino. A tenor de los aspectos abordados en los capítulos anteriores y de los resultados obtenidos en virtud del estudio analítico del etiquetado del vino, sumado a la propia experiencia

práctica, se recoge en este capítulo, de corte eminentemente práctico: la metodología que debe hacer efectiva el traductor para la traducción del etiquetado del vino, así como las destrezas y las competencias que se le atribuyen para su correcto desempeño como profesional traductor. Concluye este capítulo con un caso práctico que brinda algunas recomendaciones y determina los criterios empíricos que se deben de tener en cuenta en esta especialidad traductora.

---

colección:  
**INTERLINGUA**

**356**

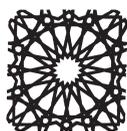
Dirigida por:  
**Ana Belén Martínez López y Pedro San Ginés Aguilar**

---

En este volumen podrá encontrar los fundamentos básicos que definen y conforman el etiquetado del vino y su traducción. Su singularidad forma parte de su carácter híbrido, en el que confluyen lo normativo con lo estético, lo prescriptivo con lo facultativo, lo técnico con lo poético, lo especializado con lo divulgativo, lo publicitario con lo imperativo, la libertad con la limitación, en definitiva, una suma de contrastes que son el atractivo de este microtexto. La figurada simpleza de un texto que plantea al traductor un desafío en términos lingüísticos, estéticos, terminológicos, normativos, discursivos y semióticos.

Nuestra pretensión es conducir al traductor en la adquisición de los conocimientos y competencias que hagan comprensible el etiquetado desde una perspectiva traductora y asistan al profesional en el proceso de traducción y localización. El lector podrá descubrir en estas páginas un mundo de sensaciones a través de las etiquetas y, por supuesto, del vino, tradicionalmente asociado a la cultura mediterránea y todo un elixir para los dioses de la mitología.

El etiquetado es el resultado del acto comunicativo que se genera entre el fabricante y el consumidor, a través de un texto informativo acompañado de elementos estéticos que, en su conjunto, deben generar el efecto creativo preciso para originar la seducción adecuada. Cuando la interconexión de estos factores comunicativos tiene lugar entre dos países y culturas diferentes, la responsabilidad la asume el traductor, que más allá de localizar y traducir, deberá desempeñar la difícil tarea de crear una obra de arte que deleite a un público distinto de aquel para el que fue concebido. De esta forma, el traductor adopta el papel de cupido que, sustituyendo el arco y la flecha por los conocimientos y metodologías recogidos en este volumen, será capaz de enamorar a su público meta.



**COMARES**  
editorial

