

ISSN: 2171-6633

VINO, LENGUA Y DISCURSO: LA INTERPRETACIÓN DE ENLACE (ESPAÑOL-ALEMÁN-ESPAÑOL) EN EL SECTOR DE LA VITIVINICULTURA

ISIDORO RAMÍREZ ALMANSA

Universidad de Córdoba

l12raali@uco.es

Fecha de recepción: 15.04.2019

Fecha de aceptación: 12.06.2019

Resumen: El presente trabajo pretende abordar la idoneidad de la interpretación de enlace para su aplicación en el sector productivo relativo a la viticultura. En efecto, son muchas las transacciones comerciales y económicas que el vino genera como producto o mercancía, pero también como elemento cultural e inmaterial. Partiendo de estas premisas, examinaremos los principales contextos comunicativos en los que es necesario el uso de la interpretación de enlace, para después abordar el parámetro relativo a la expresión, en la combinación de lenguas español-alemán-español.

Palabras clave: interpretación de enlace; fraseología vitivinícola; terminología; contextos comunicativos.

WINE, LANGUAGE AND DISCOURSE: LINK INTERPRETING (SPANISH-GERMAN-SPANISH) WITHIN THE VITIVINICULTURE SECTOR

Abstract: This work focuses on analyzing how suitable is the use of liaison interpreting in the productive fabric of the vitiviniculture. In fact, there are many commercial and economic transactions carried out thanks to wine as a product or goods, but also as a cultural and intangible element. Based on these premises, we examine the main communicative situations where link interpreting is needed. Later on, we address the parameter regarding the expression in the ES-DE-ES language combination.

Keywords: liaison interpreting; wine phraseology; terminology; communicative contexts.

Sumario: 1. Introducción: objeto de estudio y objetivos. 2. La interpretación de enlace: definición y características. 3. Aplicación de la interpretación de enlace al sector de la vitivinicultura. 3.1. Contextos comunicativos. 3.1.1. Ferias y encuentros internacionales. 3.1.2. Visita a bodegas. 3.1.3. Catas de vino dirigidas. 4. Expresiones para la interpretación de discursos (español-alemán). 5. Conclusiones.

1. Introducción: objeto de estudio y objetivos

El presente trabajo pretende abordar la idoneidad de la interpretación bilateral para su aplicación en el sector productivo relativo a la vinicultura. En efecto, son muchas las transacciones comerciales y económicas que el vino genera como producto o mercancía, pero también como elemento cultural e inmaterial.

Partiendo de estas premisas, contemplaremos los principales contextos comunicativos en los que es necesario el uso de la interpretación de enlace, para después abordar el parámetro relativo a la expresión, en la combinación de lenguas español-alemán-español.

Son objetivos del presente estudio:

- a) Establecimiento de la adecuación de la interpretación de enlace al ámbito de las relaciones comerciales, culturales y turísticas de la producción vitivinícola, con especial incidencia en los elementos de expresión en las lenguas de trabajo alemán-español-alemán.
- b) Establecimiento de los contextos comunicativos propios del sector, en el que es posible el uso de la interpretación de enlace.
- c) Establecimiento de las expresiones más recurrentes en este tipo de discurso, en alemán y español, como herramienta de uso para el intérprete.

Para la consecución de los objetivos propuestos, comenzaremos por definir qué se entiende por interpretación de enlace, así como sus principales características. A continuación, ofreceremos los aspectos más relevantes de la aplicación de la interpretación de enlace al sector vitivinícola, teniendo en cuenta los contextos comunicativos más relevantes en este sector. Una vez determinados dichos contextos, ofreceremos una relación de expresiones y fraseología propias de la vitivinicultura en alemán y español, que pretendemos constituyan una herramienta útil para el intérprete de este tipo de discurso. Finalizaremos nuestro estudio con el establecimiento de las

conclusiones obtenidas a partir del análisis efectuado a lo largo de este trabajo.

2. La interpretación de enlace: definición y características

La interpretación de enlace, también denominada interpretación bilateral o interpretación consecutiva dialógica, se caracteriza por ser una interpretación corta, cuya finalidad (Jiménez 2002: 2):

(...) es la traducción de diálogos orales en tiempo real frente a monólogos. El intérprete reformula oralmente lo enunciado por cada hablante cuando éste cede su turno de palabra (...) El canal de comunicación afecta la interacción y puede ser directo, telefónico o videoconferencia. Las intervenciones suelen ser breves, de manera que no es necesaria la toma de notas.

Es decir, la interpretación de enlace realiza la traslación de un mensaje entre dos intervinientes, lo que conlleva, como afirman Collados y Fernández (2001: 66), una dificultad adicional: el esfuerzo que supone para el intérprete la bilateralidad. En efecto, interpretar no sólo hacia la lengua materna, sino también hacia la lengua original, comporta una serie de dificultades que no se dan en otro tipo de interpretación. En efecto, el intérprete ha de tener un conocimiento exhaustivo de las lenguas de trabajo, lo que supone además la capacidad de comprensión y empleo activo de las competencias lingüísticas en ambas lenguas; en este sentido, podríamos considerar que ambas lenguas de trabajo son una LO y al mismo tiempo una LM, ya que únicamente dependiendo de la dirección de la interpretación podremos establecer este rol a cada una de las lenguas manejadas.

Por su parte, Ruiz (2018b: 224) considera que

Quizás la mayor dificultad técnica de la interpretación bilateral consiste en adaptarse a la vez a la idiosincrasia, los protocolos, la actitud y la interpretación de los interlocutores (...).

Asimismo, es necesario tener en cuenta los principales parámetros que sirven para medir una interpretación de enlace de calidad¹

- a) Presentación. En este parámetro hemos de tener en cuenta si el tono es el adecuado, y si es acorde al contenido de lo enunciado; si el

¹ Tomamos como referencia aquí los propuestos por Domínguez (2013) para la evaluación de una interpretación simultánea y García y Limbach (2019) para la interpretación bilateral.

intérprete reformula el discurso en la LM con claridad, con una buena vocalización; si posee una pronunciación inteligible; si su postura es correcta y relajada; si transmite seguridad a la hora de enunciar el mensaje en la LM; o si posee una expresión fluida, sin falsos comienzos, y dando las pausas adecuadas.

- b) Expresión. Cabe analizar aquí si hay precisión terminológica, si las expresiones idiomáticas son las adecuadas, si el registro es el más adecuado y si la formulación del mensaje se está expresando con corrección, desde el punto de vista gramatical y morfosintáctico.
- c) Resolución de problemas. El buen intérprete ha de ser capaz de solucionar los problemas de comunicación que puedan aparecer de forma imprevista. Esta solución, no obstante, ha de ser imperceptible a los ojos de los interlocutores.
- d) Contenido. El contenido que se ha de transmitir ha de ser completo, sin que el intérprete deba añadir ninguna idea que no esté en el discurso original, salvo que se trate de realidades culturales que sea necesario aclarar, explicar o parafrasear.

En el siguiente epígrafe analizaremos la aplicación de la interpretación de enlace al sector de la producción del vino.

3. Aplicación de la interpretación de enlace al sector de la vitivinicultura

No cabe duda de que el sector vitivinícola genera una gran actividad económica y comercial. Esta circunstancia ha llevado a la Unión Europea a establecer una serie de programas de apoyo al sector, entre los que destaca la promoción de los vinos²:

- a) En los Estados Miembros con el fin de informar a los consumidores sobre el consumo responsable del vino y los sistemas de denominaciones de origen e indicaciones geográficas de la Unión.
- b) En los terceros países para mejorar su competitividad, pudiendo consistir en acciones concretas de información y promoción: relaciones públicas, promoción y publicidad, participación en ferias y exposiciones, campañas de información y estudios de nuevos mercados y para evaluar los resultados de las medidas de información y promoción.

² Más información en: <https://www.mapa.gob.es/agricultura/temas/regulacion-de-los-mercados/organizaciones-comunes-de-mercado-y-regimenes-de-ayuda-ocm-vitivinicola/programa-apoyo.aspx>. Recuperado el 10/03/2019.

En el seno de esta actividad agraria, industrial y comercial, son muchos los ámbitos que intervienen para la producción del vino: viticultura, vinicultura, tonelería, enoturismo, etc. Todo ello hace que se generen contextos comunicativos, a veces muy especializados, en los que sea necesario la intervención de un intérprete para la importación o exportación de vinos. En este sentido, coincidimos con Ruiz (2018: 223):

En cualquier caso, la interpretación bilateral es la interpretación por excelencia del ámbito comercial, pues es la más empleada en negociaciones y reuniones de pocas personas, en las que no es necesario hacer intervenciones largas (...) La interpretación bilateral puede desarrollarse en distintos ámbitos y contextos: encuentros empresariales, certámenes feriales, visitas turísticas, encuentros entre delegaciones extranjeras, en centros de emigrantes, estructuras sanitarias, ante tribunales, etc.

3.1. Contextos comunicativos

Dada la variedad de actividades que confluyen en el sector, analizaremos aquí tres contextos comunicativos fundamentales, entendiendo que los discursos que en ellos se aglutinan pueden hacer referencia a ámbitos más específicos, como, por ejemplo, la fabricación de toneles, tapones de corcho, los procesos que tienen lugar para la vinificación de tinto, blanco o rosado, el laboreo en la viña, la degustación del vino, la comercialización y la promoción, el enoturismo, etc.

3.1.1. Ferias y encuentros internacionales

Sin lugar a dudas, la comercialización de un producto como el vino necesita de una importante actividad de promoción. En este sentido, juegan un papel fundamental los encuentros y las ferias internacionales.

Dentro de los principales países de habla alemana —centrándonos en Alemania y Austria, pero destacando también el caso de Suiza— cabe señalar las siguientes ferias y encuentros comerciales en torno al vino: WeinHamburg (Hamburgo, febrero 2019), WeinFACH (Fráncfort, febrero 2019), Winestyle Hamburg (Hamburgo, febrero 2019), Weinmesse Vinland (Erding en Baviera, febrero 2019), Internationale Weinmesse Innsbruck (Innsbruck, febrero 2019), WeinHannover (Hannover, febrero 2019), Kult(ur)-Weinmesse Essen (Essen, marzo 2019), WeinAachen (Aachen, marzo 2019), WeinDüsseldorf (Düsseldorf, marzo 2019), Wine and Taste

Festival (Bonn, marzo 2019), Wine and Taste Festival (Núremberg, marzo 2019), RendezVino (Karlsruhe, marzo 2019), ProWein (Düsseldorf, marzo 2019), Vinobile (Feldkirch en Austria, abril 2019), Wein im Schloss (Mondsee en Oberösterreich, abril 2019), Wein am Main (Fráncfort del Meno, abril 2019), Wine and Taste Festival (Düsseldorf, abril 2019), Weinmesse Wein aus Spanien "Ein Tag für Wein aus Spanien" (Hamburgo y Fráncfort, junio 2019), WeinDortmund (Dortmund, octubre 2019), WeinKöln (Colonia, octubre 2019), ANUGA (Colonia, octubre 2019), WeinMünster (Münster, octubre 2019), WeinMünchen (Múnich, noviembre 2019), Genuss pur ON TOUR (Donauessingen en Alemania, noviembre 2019), WeinHamburg (Hamburgo, noviembre 2019), WeinBerlin (Berlín, noviembre 2019), WeinDresden (Dresde, noviembre 2019), Arvinis Weinmesse (Le Grand-Saconnex en Suiza, noviembre 2019) y Forum Vini (Múnich noviembre 2019). Tampoco podemos olvidar el congreso internacional anual de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) celebrado en Ginebra en julio de 2019.

En esta clasificación tan sólo hemos recogido aquellas ferias dedicadas al vino en las que los caldos de nuestro país están presentes, dado que entendemos que es en estas ferias en las que se produce una necesidad obligada de interpretación alemán-español. No obstante, a estas ferias hay que sumar otro gran número de ferias en las que el vino es también el protagonista, como puede ser la Ahrweinmesse, Die Weinmesse, Weinmesse Rheinland-Pfalz (Leipzig, Bochum, Kiel, Bremen, Straubing), Weinmesse BERLIN, Weinmesse in Blumberg, Wein-Messe "Direkt Dein Wein", Wein&more Landshut, Wein&more München Neukeferloh, Limburger Weinmesse, RegioWein, WEINverliebt, Weinmesse Wein on Tour (dos ediciones en marzo y octubre), Badische Weinmesse, Weinforum Mosel, Wormser Weinmesse o Wiesbadener Weinmesse, las cuales están dedicadas exclusivamente al vino alemán o austriaco. En estas últimas puede existir también necesidades de interpretación alemán-español, en caso de que sus expositores y organizadores consideren que desean dar a conocer sus vinos más allá de las fronteras de su país con el fin de agrandar su cuota de mercado. Además, también hemos advertido la presencia de ferias de vino internacionales, como, por ejemplo, Weinmesse Fürth en las que están presentes vinos de Nueva Zelanda o Turquía, Vinessio Weinmesse Fürth donde hay incluso vinos de San Marino, Vinessio Weinmesse Stamberg o

Vinessio Weinmesse München donde en ninguna de ellas, pese a ser feria internacionales, el vino español aún no cuenta con representación alguna. En este punto, la labor del intérprete es también clave para conseguir que el vino español pueda estar presente en aquellas ferias de vino internacionales donde aún no ha conseguido hacerse un hueco.

Las ferias anteriormente destacadas son aquellas programadas en el año 2019, lo que demuestra que el sector de las ferias de vino está en pleno auge, no solo por el gran número de ferias que ya celebra, sino también porque de cara al próximo año 2020, el número de estas aumenta. Por ejemplo, la feria Winestyle Hamburg para el siguiente año, además de su edición en Hamburgo, también ha organizado otra edición para el mes de febero en la ciudad de Bremen.

Del mismo modo, en España encontramos los siguientes: FITUR, feria que pese a no estar dedicada exclusivamente al vino, sí reserva al vino parte de la feria (Madrid, enero 2019), Enofusión (Madrid, enero 2019), Feria Independiente del vino natural y productos de la tierra (Barcelona, febrero 2019), Salón Selección Málaga (Málaga, febrero 2019), Experiencia Verema Valencia (Valencia, febrero 2019), ENOMAQ (Zaragoza, febrero-marzo 2019), Salón del cava y otras burbujas (Madrid, marzo 2019), Salón de los destilador y el vermut (Madrid, marzo 2019), Experiencia Verema Mallorca (Mallorca, marzo 2019), MIVINO: Salón de vino de Tenerife (Madrid, marzo 2019), Salón Selección Barcelona (Barcelona, marzo 2019), Vinis Terrae (Orense, abril 2019), Salón Gourmets (Madrid, abril 2019), Fira del Vi (Tarragona, abril 2019), Salón del vino y licores gallegos (Ourense, abril 2019), FeVINO (Ferrol, abril 2019), Experiencia Verema Santander (Santander, abril 2019), Cata del Vino Montilla-Moriles (Córdoba, abril 2019), Salón Selección Bilbao (Bilbao, abril 2019), Feria do Viño (Orense, mayo 2019), FENAVIN (Ciudad Real, mayo 2019), Experiencia Verema Málaga (Málaga, mayo 2019), Fevino (Ferrol, junio 2019), Salón Selección Tenerife (Tenerife, junio 2019), Experiencia Verema Madrid (Madrid, junio 2019), Organic Wine Iberia y Organic Food Iberia (Madrid, junio 2019), Wine Day del Basque Culinary Center (San Sebastián, junio 2019), The Exchange 2019: "Las claves del éxito en la innovación (Madrid, junio 2019), ROSAUM Foro Internacional del vino Rosado (Tudela, junio 2019), Certamen de Calidad de Jumilla (Jumilla, junio 2019), Spanish Organic Wines (Bacelona, junio 2019), Experiencia Verema Santiago (Santiago de Compsotela, junio

2019), Born to be Wine (Madrid, julio 2019), Jornada de internacionalización «Posicionamiento del vino español en los mercados internacionales» (Madrid, julio 2019), Una parada en el camino, Don Jacobo (Navarrete, julio 2019), Festival Vino Somontano (Barbastro, agosto 2019), Sonorama Rivera (Aranda del Duero, agosto 2019), Experiencia Verema Alicante (Alicante, octubre 2019), Salón de los mejores vino de España (Madrid, octubre 2019), Salón de vinos especiales (Valencia, noviembre 2019), Experiencia Verema Barcelona (Barcelona, noviembre 2019) y Fòrum gastronòmic Barcelona (Barcelona, noviembre 2019).

3.1.2. *Visitas a bodegas*

La visita a bodegas es una actividad muy generalizada en el sector, bien sea para el establecimiento de transacciones comerciales, o como parte de actividades y servicios propios del enoturismo.

Para conocer cómo es la situación del enoturismo en Alemania, según el Deutsche Weininstitut (DWI), durante el año 2018 el 85% de las personas a cargo de gestionar el enoturismo, bodegueros y empresarios del sector vinatero mayormente, ofrecieron al enoturista la visita de la bodega y la viña, como la principal actividad, seguida de la visita a la vinoteca (58%) y senderimos por el terreno (54%). Además, el enoturismo supone una media del 24% de los ingresos totales de aquellas bodegas que practican esta actividad, la cifra aumenta en aquellas bodegas de menor tamaño y disminuye en aquellas de mayor tamaño. Por ello, entendemos que el enoturismo en Alemania tiene un carácter familiar y cercano y este está mucho más instaurado y consolidado en las pequeñas y medianas bodegas. Así, por ejemplo, destacamos los servicios de las siguientes bodegas alemanas, suizas o austríacas: la visita a la bodega y las viñas del monasterio alemán [Kloster Eberbach](#); [Stiftungsweingut Vereinigte Hospitien](#) y la visita a su viña y bodega, a la vez que museo, una de la más antiguas de Alemania certificadas por el Deutsche Weininstitut; en Viena podemos destacar la visita a las bodegas de [Biohof N° 5](#) ; los terrenos y bodega de [Kobenzl](#) también en suelo vienés o la austriaca bodega de [Freigut und Thallern](#); en Suiza podemos destacar el caso de [Cave Alain Emery](#) o [Spiezer](#).

Por otro lado, si atendemos a los datos del informe de Wines Routes of Spain recogidos durante el año 2017 en España esta actividad es, si cabe, aún

mayor, siendo muy popular la visita a bodegas, sobre todo en localidades como el marco de Jerez cuyas bodegas fueron las más visitadas en 2017 con 550.945 turistas, seguido de la zona del Penedès con 380.815, Ribera del Duero con 256.369 y la Roja Alta con 184 556. Igualmente, según el último informe mencionado, de los 3.213.268 enoturistas que España registró en 2017, 2.103.413 —un 65,46%—incluyeron en su viaje la visita a bodegas, lo que evidencia, coincidiendo con Alemania, que esta es también la actividad más practicada en el marco del enoturismo. Para destacar algunos ejemplos de visita a bodegas podemos mencionar las visitas a las bodegas y lagares de la localidad de Montilla que forman parte de la ruta del vino Montilla-Moriles, merece la pena destacar la visita al [Lagar Blanco](#) o a la bodega más antigua de Andalucía y segunda más antigua de España, como es el caso de [Bodegas Alvear](#). No podemos olvidar mencionar algunas de las bodegas más visitadas de Europa, como lo son las bodegas del Marco de Jerez, digna de mención es la ya icónica bodega [Tio Pepe-González Byass](#) o las [bodegas Osborne](#) de el Puerto de Santa María.

3.1.3. *Catas de vino dirigidas*

La cata de vino, como la visita a bodega, interviene en dos relaciones comunicativas fundamentales: por un lado, sirve para que quien va a adquirir el vino pueda apreciar las bondades del producto que desea comprar; por otro lado, es muy frecuente encontrar una cata de vino dirigida en las rutas enoturísticas de los países productores de vino, en las que se incluye, también, el maridaje. De hecho, Ramírez Almansa (2018) en su estudio ya destacó el valor de la interpretación de la cata de vino, más concretamente el papel de la interpretación bilateral en las catas de vinos dirigidas o comentadas dentro del sector del enoturismo desde una triple combinación lingüística (español-alemán/inglés).

Tanto en Alemania como en España, el sector enoturístico combina en la cata (*Weinverkostung*) o degustación de vino (*Weinprobe*) con otras actividades, es frecuente amenizar la cata con un maridaje compuesto por platos típicos de la zona. Es común, al reservar la visita a la bodega pagar un precio más alto y disfrutar de una cata comentada, también denominada dirigida. Dentro de esta tendencia, cada región auna sus mayores atractivos con la cata de vino, por ejemplo, podemos hablar de la cata de vino de [Barbadillo](#) maridada con un excelente espectáculo de flamenco o catas de

[vino maridadas con jamón ibérico](#) en la ruta del Penedés. Asimismo, en España también podemos ver como la ruta del [Penedès](#) ofrece cursos de cata dentro de oferta enoturística en el Aula de la Vinya y el Vi, así como catas insertadas en la visita al patrimonio propio de la zona, como la visita a castillos. Muchas bodegas aprovechan el turismo para dar a conocer sus especialidades, como la elaboración de vinos ecológicos de bodegas [Robles](#) y la cata guiada de estos vinos insertada dentro de la visita a la bodega. Incluso en la bodega [Casa del Caecus](#) venden un juego para catar vino acompañado de una botella de su bodega. Si analizamos el caso de Alemania, podemos localizar en la región vitícola de Mosel-Saar-Ruwer, una de las más visitadas y conocidas, numerosas bodegas, sobrepasando las 60, que con la visita a sus viñedos ofrecen también catas dirigidas. Por ejemplo, la bodega [Weingut Heß-Becker](#) que ofrece una cata maridada con platos típicos de la región, al igual que la bodega [Weingut Geller-Steffen](#) que denomina este tipo de cata *kulinarische Weinprobe* (cata culinaria) o la bodega [Riesling-Weingut Herbert Port](#) que combina la cata con la típica barbacoa alemana. La bodega [Weingut Meyerhof](#) situada en Flonheim enmarcada en el Land de Rheinland-Pfalz que linda con Francia ofrece una cata maridada con diferentes tipos de la tradicional pizza alemana conocida como Flammkuchen, típica de la región de la Alsacia y que en francés se conoce bajo la denominación de *Tarte Flambée*. En Austria, localizada en la región vitícola más grande del país, Niederösterreich (Baja Austria), encontramos bodegas como [Weingut Josef Salomon](#) conocida por ser referente en la elaboración de vinos ecológicos y vegano que ofrece catas de vino en sus históricas cavas subterráneas maridadas con menús estacionales. En Suiza, la cata guiada en bodegas es también habitual, por ejemplo, en la bodega [Wein & Gemüse Umbricht](#) ofrecen catas guiadas, incluso en cualquier tipo de evento susceptible de celebrar en la bodega como bodas, eventos profesionales, ferias, etc.

4. Expresiones para la interpretación de discursos (español-alemán)

A continuación, ofrecemos algunos ejemplos de fraseología contrastiva español-alemán relacionada con la interpretación de discursos en el sector vitivinícola:

ESPAÑOL	ALEMÁN
---------	--------

agraz	unreife Trauben
al paladar es seco / fresco/ delicado	am Gaumen trocken/ frisch/ delikat
al término de la fase de sobretabla	am Ende der ersten Reifungsphase
con ligeros recuerdos almendrados	mit leichten Mandelnoten
con notas florales	mit Noten von Blüten
con notas de masa fresca de pan y hierbas del campo	mit einem Hauch von frischem Brot und Wildkräutern
cultivar la vid	Wein anbauen
cultivo de uva de mesa	Anbau von Tafeltraube
dañado por el oidio	von Oidium beschädigt
de aroma punzante / delicado	vom pikanten / delikaten Aroma
descargar la uva en la tolva de recepción	die Trauben in den Trichter laden
encabezado al 15% en volumen	auf 15% vol. Aufgespritet
en crianza biológica	im biologischen Ausbau
época / etapa de desborre	Zeitpunkt des Knospenaufbruches
grado de maduración óptimo	optimale Zucker-Säure-Verhältnis
mosto prensa	Pressenmost
palos cortados	Palo-Cortado-Weine
preservar las propiedades organolépticas del vino	die organoleptischen Eigenschaften des Weins bewahren
postgusto con suaves recuerdos almendrados	Abgang mit leichtem Mandelaroma
primera yema	erste Pressung
reponer las marras	junger Reben im Weinberg nachpflanzen
saca de las botas de la solera	die Entnahme aus den Solera-Fässern
segunda yema	zweite Pressung
se trata de vinos procedentes de mostos extremadamente finos	es handelt sich um Weine aus sehr erlesenem Most
tijeras de vendimiar	Schere des Ernstens
vara y pulgar	Stock und Daumen
vendimiar	den Wein lesen
vino muy pálido, de un brillante color amarillo pajizo	blasser Wein mit sehr heller, strohgelber, glänzender Farbung

5. Conclusiones

Lo expuesto en las páginas anteriores nos lleva a las siguientes conclusiones:

- a) La exportación e importación de vinos, en tanto que actividad comercial, necesita de la promoción y la presentación de los caldos en reuniones y encuentros de negocios y comerciales, lo que supone, en ocasiones, comunicarse en una lengua distinta a la española.
- b) Esta misma situación sucede en el caso de las catas dirigidas o la visita a bodegas, en las que para mostrar el producto, o atender a turistas extranjeros, se hace necesario explicar los procesos de producción y vinificación, o las características organolépticas de un vino, en la lengua del potencial cliente.
- c) Dado que no es habitual que los productores y bodegueros, así como enólogos posean conocimientos lingüísticos en otros idiomas, especialmente si se trata del alemán, es necesario acudir al uso de servicios de interpretación.
- d) Bien sea por conversaciones relativas a las condiciones administrativas y comerciales para la venta de vino, o bien por aquellas otras derivadas de una situación comunicativa de preguntas – explicación o respuesta, y dadas las características de la interpretación de enlace, ésta se configura como la mejor modalidad de interpretación para el desarrollo de este tipo de actividad económica y comercial.
- e) Dado que en el sector de la vitivinicultura encontramos numerosos campos, el intérprete habrá de documentarse de forma minuciosa, lo que supone el conocimiento de la fraseología y las estructuras morfosintácticas de las dos lenguas de trabajo: alemán y español.

Referencias bibliográficas

- Castellano, J. M.; Ruiz, A. (eds.). (2018). *Traducción, Interpretación y Ciencia. Textos, contextos y tendencias contemporáneas*. Granada: Comares.
- Castillo, J. S.; Rodríguez, M. (2009). Determinantes de la educación del mercado de vino en España. *Distribución y Consumo*, 70-89. [Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DY_C/DYC_2009_108_70_89.pdf. Fecha de consulta: 23.02.2019].
- Castillo, J. S. (coord.). (2003). *El mercado del vino: reflexiones y propuestas de futuro*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

- Collado, A.; Fernández, M. (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Granada: Comares.
- Collado Aís, A. et. al. (2003). Autoaprendizaje en interpretación bilateral: situaciones prototípicas. En: Muñoz Martín, R. (ed.), *I AIETI. Actas del I Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación*. Granada: AIETI, vol. 2, 205-213.
- Corbacho, A. (2004). Apuntes de fraseología en torno al vino como componente base en las lenguas alemana y española: un estudio lingüístico-contrastivo. *Babel- Alfial* 13: 111-128.
- Domínguez, L. (2013). Una propuesta de matriz formativa para evaluar la interpretación consecutiva. En: Barranco-Droege, R.; Pradas, M.; García, O. (eds.), *Quality Interpreting: Widening the scope*, vol. 2. Granada: Comares, 201-222.
- Fernández, M. (2015). Propuestas de ejercicios de simulación para la didáctica de la interpretación telefónica. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 2: 259-279.
- García, C.; Limbach, Ch. (2019). La interpretación bilateral en el ámbito turístico: evaluación. *Futhark* 14: 3-26.
- Jiménez, A. (2002). Variedades de interpretación: modalidades y tipos. *Hermēneus. Revista de Traducción e Interpretación* 4: 1-15.
- Montoro, E. (2007). El porqué de los dichos: la fraseología del vino. *Per Abbat. Boletín filológico de actualización académica y didáctica* 2: 131-136.
- Szolnoki, G; Tafel, M; Reule, M. (2019). Wirtschaftliche Bedeutung und Charakterisierung von Touristen in deutschen Weinregionen. Deutsches Weininstitut. [Recuperado de: https://www.deutscheweine.de/fileadmin/user_upload/Website/Aktuelles/Presse/2019/Kurzfassung_Weintourismus-Studie_DWI-HSG.pdf. Fecha de consulta: 03/25/2019].
- Ramírez Almansa, I. (2018). Interpretación (español > alemán/ inglés) en el sector vitivinícola: la cata de vino. *Estudios Franco-Alemanes* 10: 181-199.
- Ruiz, A. (ed.). (2018a). *Approaches to Telephone Interpretation: Research, Innovation, Teaching and Transference*. Berlin, Bern: Peter Lang.
- _____. (2018b). La interpretación en el mundo de los negocios: la puesta en marcha de técnicas de interpretación para las visitas a las bodegas

- andaluzas. *Skopos. Revista Internacional de Traducción e Interpretación* 9: 221-236.
- _____. (2019). Competencia digital y TIC en interpretación: “renovarse o morir”. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC* 8 (1): 55-71.
- Tolosa, M.; Ruiz, A. (2010). La opacidad de las unidades fraseológicas y su tratamiento por intérpretes en formación. En: Mogorrón, P. & Mejri, S. (coords.), *Opacidad, idiomaticidad, traducción*. Alicante/ Paris: Universidad de Alicante, Servicio de Publicaciones / Université Paris 13.
- Trovato, G. (2011). La interpretación bilateral: algunas reflexiones metodológicas en torno a la combinación lingüística español-italiano. *redELE. Revista electrónica de didáctica del español como lengua extranjera* 23. [Recuperado de http://www.contrastiva.it/baul_contrastivo/dati/barbero/Trovato.pdf Fecha de consulta: 23.02.2019].
- _____. (2012). La traducción a la vista como ejercicio propedeúico a la interpretación bilateral: un estudio comparativo entre español e italiano. *Tonos digital. Revista de Estudios Filológicos* 23. [Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum23/secciones/estudios-34-trovatotraduccion.htm>. Fecha de consulta: 23.02.2019].
- Wine Routes of Spain. (2018). Informe de visitantes a bodegas y museos del vino asociados a las Rutas del Vino de España. Recuperado de <https://www.wineroutesofspain.com/bd/archivos/archivo873.pdf>.