



---

**Universidad de Valladolid**

**PROGRAMA DE DOCTORADO EN TRADUCTOLOGÍA,  
TRADUCCIÓN PROFESIONAL Y AUDIOVISUAL**

**TESIS DOCTORAL:**

**TERMINOLOGÍA Y TRADUCCIÓN (ES>EN)  
DEL VINAGRE DE VINO**

Presentada por Juan Pedro Morales-Jiménez para optar  
al grado de Doctor por la Universidad de Valladolid

Dirigida por:  
Dr. Miguel Ibáñez Rodríguez  
Dra. María Pascual Cabrerizo





## AGRADECIMIENTOS

Como sucede en muchas situaciones, la agricultura es esa gran maestra que nos enseña a tener paciencia y a saber esperar que cada elemento sigue su ritmo y su consecuente trabajo. No hay aceite sin cuidados al olivo ni vino sin mimo a la vid. He tenido la suerte de aprender estas lecciones de manos de mis padres y de mi familia, los cuales me han permitido tener unas raíces fuertes y profundas para poder seguir creciendo. A Antonia, por ser un faro de ternura y un ejemplo de serenidad; a Pedro por enseñarme a mirar bien para que el bosque no me impida ver los árboles y la pasión por la naturaleza; a Cati por darme su brillo, su sonrisa sin fin y por enseñarme que el idioma más universal es la amabilidad; a Caro y Rocío por su racionalidad, ser la brújula de mi camino y enseñarme desde pequeño que no hay objetivo sin esfuerzo que no se pueda lograr; a mis cuñados Jose y Josemi por estar siempre sin importar el motivo y, a toda mi familia, en general, que ha conformado cada centímetro de mi ser.

La viticultura y la oleicultura siempre han sido grandes aliadas en el pasado, aprovechando la vid el robusto tronco del olivo para trepar y así crecer fuerte. Sin lugar a dudas, estos pilares han sido mis tutores, compañeros, amigos y precursores de este trabajo. A Miguel Ibáñez Rodríguez por sus incansables lecciones de vitivinicultura, lingüística, traductología y humildad; a María Pascual Cabrerizo por ser esa compañera de planes alocados que siempre encuentran su forma de brillar, como es ella; a Mar Rivas Carmona por recordarme que lo primordial, más allá de todo, es la empatía y la sensibilidad; a Inés González Aguilar por sus horas y horas de comprensión y diálogo discernido; a la sultana Fabiola Jurado Muñoz que forma parte de todas estas palabras, de cada una de las horas de trabajo y de cada día de tragicomedia; a mi “familia” zaragozana Gloria Martínez Lanzán y Ángel por acogerme en cada subida y bajada y tratarme como un hijo más; a toda la familia Pascual Cabrerizo y a Carmen por abrir sus puertas sorianas a un desconocido y hacerme partícipe; a Stefania Maria Milia, grazie per la tua gentilezza e per la tua luce; a Bea Valverde, Cristina Adrada y Maite Martínez por compartir siempre su entusiasmo por formar equipo y colaborar en cualquier desvarío; a Rocío Márquez por ser mi maestra en vinagres y a VINAVIN por toda su incansable colaboración y labor.

Como planta que busca crecer y conseguir más luz, muchas ramas han ido surgiendo y coincidiendo con más vegetación, conformando un maravilloso ecosistema que se nutre y evoluciona junto. En él, coexisten muchas más especies sin que ese olivar

no podría sobrevivir, como las abejas. Sin esas abejas que polinizan y transportan el polen de la sabiduría, el crecimiento personal no sería posible. A Marta y Ana por enseñarme que unos kilómetros no son nada cuando tienes un destino donde se te espera; a África, María y Pilar por escuchar cada una de mis quejas, dudas y locuras. Este trabajo no hubiera sido posible sin la colaboración y el saber hacer de todos aquellos que desinteresadamente han destinado un minuto de su tiempo para saber de mí y tender su mano si algo faltaba.

A Córdoba y a Soria.

A todos los soñadores y a todos aquellos que hacen de su vida un sueño y de su sueño una realidad (Antoine de Saint-Exupéry, 1943).

## RESUMEN

La lengua de la vid y el vino se nutre de todos los textos que forman parte del sector vitivinícola, lo que le confiere una serie de rasgos específicos de una lengua de especialidad. Para el caso del vino, existe una amplia bibliografía que lo haya descrito y estudiado; para el vinagre de vino, empero, la literatura científica no ha sobrepasado las fronteras de la química, la bromatología o la enología. Ante esta carencia de análisis humanísticos, lingüísticos y traductológicos en el ámbito de este derivado del vino, el presente estudio tiene un doble objetivo: (1) conocer si esta limitación se debe a la concepción negativa que acarrea el vinagre y (2) describir la ficha técnica y las unidades léxicas que se enmarcan en ella. Con el fin de ofrecer una visión terminológica y traductológica, hemos analizado diacrónica y sincrónicamente la representación del vinagre de vino tanto en el discurso especializado destinado a expertos —en el caso de los tratados— como a un público más heterogéneo —en el de la ficha técnica—. La finalidad de profundizar en ambos tipos de comunicación es comprobar si la connotación negativa condiciona la interacción y la redacción de los textos.

Basándonos en los pilares de la lingüística de corpus, hemos consultado el macrocorpus de GIRTraduvino “ENOCORP” para extraer los principales tratados en los que se abarca y se describe el vinagre de vino. Asimismo, hemos compilado otro corpus, denominado “AcetiCorpus”, que consiste en un conjunto de fichas técnicas y está estratificado en un corpus paralelo de vinagres con y sin sello de calidad diferenciada D. O. P. y en otro comparable a partir de productos estadounidenses. El primero nos ha servido para analizar diacrónica y contrastivamente la definición de vinagre de vino, mientras que con el segundo hemos categorizado la ficha técnica, la fase de cata y las unidades léxicas especializadas que se enmarcan en este documento. Al pertenecer a una lengua de especialidad con gran arraigo cultural y al contar con un gran potencial exportador, estos corpus también han sido de gran utilidad para evaluar la transferencia lingüística.

Mediante diversas metodologías, hemos confirmado que los textos del vinagre, en general, resultan menos extensos y persuasivos que los del vino y presentan una menor carga descriptiva. Pese a esto, hemos sistematizado y enumerado un rico abanico de unidades léxicas tanto en español como en inglés estadounidense. Mayoritariamente, estas proceden de la cata —sobre todo, de la fase olfativa— y, dado que se originan en la lengua general y adquieren un valor especializado, su significado resulta traslúcido para

un receptor lego o inexperto de la misma lengua. No obstante, en el caso de las traducciones esta comprensión no siempre es sencilla, debido principalmente a las diferencias culturales tanto en la producción como en la descripción de los vinagres. Hemos observado diferencias a la hora de caracterizar los vinagres, siendo los descriptores estadounidenses más concretos, y también hemos detectado problemas en el trasvase de la cultura española. Los sistemas de vinificación y de acetificación no coinciden en ambos países y para que un cliente extranjero entienda las divergencias se requiere un mayor cuidado al localizar y al trasladar los culturemas. Por ello, hemos investigado cómo hacen este trasvase las bodegas y cómo manejan los culturemas distintos sistemas de traducción automática e inteligencia artificial. Los resultados apuntan que las IA son de gran utilidad documental y generan un texto más adaptado que las TAN y la traducción oficial de las bodegas, siempre cuando se les pida que orienten el texto a un receptor lego.

Como resultado aplicable en la esfera profesional, hemos diseñado un material multimodal con el fin de incluirlo en las evaluaciones olfativas de los vinagres de vino, en el aprendizaje sensorial, en la práctica enoturística o en la gastronomía. Esta herramienta, conocida como rueda de los aromas, incluye las diversas familias aromáticas y los numerosos aromas que una persona puede encontrar en la cata. La presente investigación ha demostrado que la creación de una nueva línea dentro de la lengua de la vid y el vino es necesaria para el sector y para esta lengua de especialidad. Por dicho motivo, futuros proyectos velarán por la continuidad de este nuevo eje y por su aplicabilidad en las empresas, los consejos reguladores y para particulares.

## ABSTRACT

The vine and wine language is nourished by all the texts that belong to the wine sector, which endows it with specific characteristics of a specialized language. In the case of wine, an extensive literature has described and analyzed it; however, concerning wine vinegar, scientific studies have been limited to chemistry, bromatology, or oenology. Due to this lack of humanistic, linguistic, and translation-oriented analyses of this wine derivative, the present study pursues a dual objective: (1) to determine whether this research gap is caused by the negative connotation traditionally associated with vinegar, and (2) to describe the fact sheet and the lexical units it contains. To provide a terminological and translation perspective, the study analyzes diachronically and synchronically the representation of wine vinegar in specialized discourse directed to experts—as in treatises—and in discourse intended for a broader audience—as in fact sheets. The purpose of examining both types of communication is to discover if negative connotations influence textual interaction and composition.

Based in corpus linguistics, this research consulted ENOCORP, GIRTraduvino's macrocorpus, to identify and extract the main treatises that address and describe wine vinegar. Additionally, a second corpus, named *AcetiCorpus*, has been compiled with fact sheets. This corpus is divided into a parallel corpus of vinegars with and without the PDO seal of quality, and a comparable corpus with U.S. products. The first corpus was useful to analyze diachronically and contrastively the definition of wine vinegar. The second one allowed us to categorize vinegar fact sheets, the tasting, and the specialized lexical units included in these texts. Given that this specialized language has deep cultural roots and a considerable export potential, both corpora have been helpful to evaluate linguistic transference.

Employing various methodologies, it has been confirmed that wine vinegar texts are generally shorter, less persuasive, and less descriptive than wine texts. Nevertheless, a wide range of lexical units has been systematically compiled and classified in Spanish and U.S. English. Most of these terms derive from the tasting part—particularly from the olfactory phase—and, since they originate in general language and they acquire a specialized meaning, their meaning remains fairly transparent for a native lay reader. However, comprehension in translated texts is not always easy due to cultural differences in the production and description of vinegars. Differences have been observed in the characterization of vinegars, such as the use of descriptors in the U. S. that tend to be

more specific. Moreover, some issues have been spotted in the transference of Spanish cultural elements. As winemaking and acetification systems differ between countries, an effective localization and translation of culture-bound terms requires special attention. Accordingly, this research examined how wineries perform this cultural transfer and how various neural machine translation and artificial intelligence tools handle *culturemes*. Results suggest that AI systems are useful to solve the documentation process and to provide a more adapted translation than NMT and wineries, when instructed to orient the text for a non-expert audience.

As a professional applicable result, this study presents a multimodal resource designed for the olfactory evaluation of wine vinegars, sensory training, enotourism, and gastronomy. This tool, known as the *Aroma Wheel*, includes the main aromatic families and the numerous aromas that may be identified during tasting. This research demonstrates the need to establish a new line of research within the vine and wine language, one that focuses on wine vinegar. Future projects will therefore aim to ensure the continuity of this new axis and will promote its applicability in companies, Regulatory Councils, and individual practices.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>I. Introducción .....</b>	<b>1</b>
1. Cuestión preliminar: el vinagre y su comercialización.....	2
2. Estado de la cuestión.....	5
2.1. El vinagre desde otras ciencias.....	10
2.2. El vinagre desde la lingüística y la traductología.....	14
3. Hipótesis y objetivos.....	16
4. Metodologías .....	17
4.1. Lingüística de corpus .....	18
4.2. Terminología .....	19
4.3. Género textual .....	20
4.4. Traductología y la traducción de la lengua de la vid y el vino.....	22
4.5. Instrumentos y herramientas .....	22
5. Estructura de la tesis .....	23
<b>II. Contextualización .....</b>	<b>29</b>
Introducción.....	30
1. La naturaleza del vinagre: definición y usos médicos desde G. Alonso de Herrera (1513) hasta P. Pacottet y L. Guittoneau (1912) – Panace@: Revista de medicina, lenguaje y traducción (2024b) .....	33
2. Recapitulaciones .....	34
<b>III. Marco teórico .....</b>	<b>39</b>
Introducción.....	40
1. Semejanzas y diferencias en el vino y vinagre andaluz de calidad: análisis textual de la ficha técnica - Bulletin hispanique (en prensa-b) .....	42
2. Recapitulaciones .....	43
<b>IV. Resultados y discusión.....</b>	<b>47</b>
Introducción.....	48

1. Aromas y vinagre: una aproximación a la traducción ES>EN de las percepciones aromáticas – <i>Hikma: Revista de traducción</i> (2025a) .....	53
2. Análisis de las técnicas de traducción y adaptación de culturemas en el vinagre D. O. P. español mediante IA y TAN – <i>Alfinge: Revista de filología</i> (en prensa-c).....	55
3. Recapitulaciones .....	57
3.1. Discusión.....	57
3.2. Las ruedas de los aromas. Usos y aplicaciones en el sector.....	66
<b>V. Conclusiones.....</b>	<b>71</b>
1. Conclusiones .....	72
2. Futuras líneas de investigación .....	77
<b>VI. Referencias bibliográficas.....</b>	<b>81</b>
Referencias bibliográficas .....	82
Referencias bibliográficas del corpus.....	106
1. Corpus de tratados.....	106
2. Corpus del análisis textual contrastivo entre vino y vinagre.....	107
3. Corpus de fichas técnicas – AcetiCorpus.....	111
<b>VII. Anexo I. Vinagres con D. O. P.: aspectos jurídicos en lo concerniente al etiquetado y su traducción.....</b>	<b>139</b>
1. Introducción .....	141
2. Objetivos .....	143
3. El concepto <i>vinagre</i> .....	143
4. Vinagres con D. O. P. ....	146
4.1. DD. OO. PP. en España.....	147
4.2. DD. OO. PP. en Europa.....	147
5. Legislación en torno al etiquetado.....	148
5.1. En Europa.....	149
5.2. En España.....	149

5.3. En las regionales .....	150
6. Metodología .....	151
7. Dificultades traductológicas.....	151
7.1. Análisis de los vinagres amparados .....	152
7.2. Las dificultades traductológicas del etiquetado del vinagre.....	154
8. Conclusiones .....	154
Referencias bibliográficas .....	155
<b>VIII. Anexo II. El sabor de lo agrio: análisis terminológico de la nota de cata del vinagre D. O. P. Montilla-Moriles .....</b>	<b>163</b>
1. Introducción .....	166
2. Objetivos e hipótesis .....	167
3. La nota de cata.....	167
3.1. La cata .....	170
4. Metodología.....	173
5. Resultados .....	174
6. Conclusiones .....	178
Referencias bibliográficas .....	179
<b>IX. Anexo III. La rueda de los aromas del vinagre: la lingüística de corpus al servicio de la enología .....</b>	<b>183</b>
1. Introducción .....	186
2. Los términos del vinagre.....	188
3. Metodología .....	190
3.1. Lingüística de corpus .....	190
3.2. Extracción y tratamiento de los términos.....	192
3.3. ¿Es posible diseñar una rueda de los aromas del vinagre?.....	193
4. Resultados .....	196
4.1. Análisis terminológico .....	196
4.2. La rueda de los aromas.....	197

5. Conclusiones .....	200
Referencias bibliográficas .....	201

## ÍNDICE DE TABLAS

### I. Introducción

**Tabla 1.** Perfil sensorial de vinagres de Montilla-Moriles ..... 11

**Tabla 2.** Síntesis de las diferencias entre tipos y géneros.....21

**Tabla 3.** Ejemplo de maridaje de vinagre mediante la rueda de los aromas 69

### VIII. Anexo II

**Tabla 4.** Propuesta de nota de cata de Peynaud (1987) ..... 171

**Tabla 5.** Selección de los diversos textos como ejemplificación para representar los tipos de estructuras..... 174

**Tabla 6.** Unidades extraídas de la nota de cata de vinagre D. O. P. Montilla-Moriles..... 176

**Tabla 7.** Familias de aromas presentes en la nota de cata del vinagre D. O. P. Montilla-Moriles..... 178

### IX. Anexo III

**Tabla 8.** Aromas clasificados por familia y subfamilia..... 198



## ÍNDICE DE FIGURAS

### I. Introducción

**Ilustración 1.** Clasificación pragmática de los géneros vitivinícolas "analógicos".....8

**Ilustración 2.** Clasificación de géneros vitivinícolas digitales basada en el esquema de Shepherd y Watters.....8

### II. Contextualización

**Ilustración 3.** Viñeta cómica con el vinagre con una connotación negativa.34

**Ilustración 4.** Mapa de los vinagres con Denominación de Origen Protegida de España.....37

**Ilustración 5.** Sistema de acetificación de vinagre de Módena.....60

**Ilustración 6.** Sistema de criaderas y soleras .....61

**Ilustración 7.** Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva .....64

**Ilustración 8.** Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva .....64

**Ilustración 9.** Texto del Vinagre Seco Gran Reserva adaptado .....65

**Ilustración 10.** Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva .....65

### X. Anexo III

**Ilustración 11.** Representatividad del corpus sobre vinagre de vino en español .....192

**Ilustración 12.** Rueda de los aromas del vino .....195

**Ilustración 13.** Dendograma de los aromas del vino tinto. ....195

**Ilustración 14.** Extracción terminológica dividida por campos y por nivel de especialización.....196

**Ilustración 15.** Rueda de los aromas .....200



# **I. INTRODUCCIÓN**

Desde la producción hasta la consumición, el vinagre de vino ha formado y forma parte de la vida de la sociedad. Su inclusión es de tal envergadura que ha suscitado interés tanto nacional como internacional, acentuando así su comercialización de manera notable en la actualidad. Dichas cifras, expuestas a lo largo del siguiente punto, justificarán la relevancia del estudio y de una nueva línea de investigación para el vinagre. Este condimento se origina en el sector vitivinícola y, por consiguiente, está estrechamente relacionado con la lengua de la vid y el vino. Gracias a toda la investigación generada para esta lengua de especialidad y los limitados análisis para el vinagre, describiremos e indagaremos los rasgos prototípicos en uno de los textos que acercan los vinagres al cliente: la ficha técnica. Para ello, fundamentaremos la tesis mediante los diversos estudios que versan sobre dicha lengua de especialidad, lingüística de corpus, terminología, traductología y lingüística textual. Apoyándonos en dichos pilares, diseñaremos diversas metodologías que retratarán la situación actual de los documentos analizados y de su traducción. Finalmente, expondremos la estructura que vertebrará el presente escrito, que se compone de varios artículos y capítulos clasificados en bloques.

## **1. CUESTIÓN PRELIMINAR: EL VINAGRE Y SU COMERCIALIZACIÓN**

La alimentación, la cultura y la sociedad han desempeñado un papel esencial en el desarrollo de la civilización. Uno de los ejes transversales que ha formado parte de todos ellos es el sector vitivinícola, puesto que la humanidad se ha nutrido de él desde la plantación de un esqueje hasta la obtención de los productos. Muestra de ello es la evolución del consumo del vino; del beber como alimento o como bebida salubre en el pasado al disfrute hedonista contemporáneo o al desarrollo de vertientes recreativas como el enoturismo. Todos los avances científicos, técnicos y sociales han derivado en la búsqueda de la singularidad y de la calidad, ya sea para experimentarlo con asiduidad o de manera esporádica. Reflejo de este anhelo por lo especial es el impacto económico que supone la producción y exportación de vino para nuestro país. España cuenta con 146 sellos de calidad diferenciada en lo concerniente a los caldos (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación —en adelante, MAPA— 2023), lo que capta significativamente la atención del comprador nacional e internacional. De acuerdo con el MAPA (2025, p. 9), la producción de uva española fue de 4 864 878 994 hl y, de vino, un 30 561 520 hl entre junio de 2024 y 2025, siendo Castilla La Mancha la que mayor representación tiene de entre todas las comunidades (aproximadamente un 63 % de uva y un 58 % de vino).

Esta gran producción de uva y de vino se destina tanto a consumo nacional como internacional. A nivel estatal, los españoles tomamos 9,76 millones de hl en la variación interanual de mayo 2024/2025, lo que supuso una reducción del 0,7 % (Organización Interprofesional del Vino de España —en adelante, OIVE—, 2025b, p. 11). Este descenso fue menor en los productos con sello de calidad diferenciada Denominación de Origen Protegida (D. O. P.) y la categoría “vino resto” (2,6 % y 8,5 % respectivamente) entre los meses de abril y mayo. Si ponemos el foco a nivel internacional, este descenso también está presente en las exportaciones (un -0,9 % en facturación y -7 % en volumen) en la variación de mayo 2024/2025 (OIVE, 2025a, p. 2). En contraposición, el mes de mayo de 2025, respecto a abril del mismo año, ha mejorado las ventas tanto en volumen (6,4 %) como en valor (0,6 %). En lo relativo a la exportación, el producto español se destina principalmente a mercados europeos, como Reino Unido (82,4 millones de hl), Alemania (71,6 millones) y Portugal (58,5 millones). Estados Unidos aparece como la segunda potencia importadora de vino español según su valor (238,1 millones de euros), seguido de Reino Unido con un total de 248,7 millones (OIVE, 2025a, p. 8).

Ambos datos, los de consumo nacional y de exportación, apuntan a una evolución paulatina e inferior a las cifras obtenidas antes de la pandemia de la pandemia de COVID-19 (OIVE, 2025a, p. 8). No obstante, este fenómeno no atañe solo al sector español, puesto que a nivel mundial el consumo ha disminuido un 3,3 % en el año 2024 (International Organisation of Vine and Wine, 2025, p. 12). Esta trayectoria, que comenzó en 2018 y se aceleró por la pandemia con sus restricciones, se vio afectada por diversos factores, entre ellos las crisis mundiales —la Guerra de Ucrania elevó los precios—, el descenso de producción en algunos países, los cambios generacionales o de estilo de vida (International Organisation of Vine and Wine, 2025, p. 12). Nos encontramos ante una bebida alcohólica que históricamente ha contado con grandes beneficios para la salud y para el desarrollo de las civilizaciones (Montes Sánchez, 2023). Sin embargo, las nuevas generaciones han cambiado su forma de beber y esto repercute en el sector; en vez de una copa de vino al día, optan por consumir cerveza o bebidas que no tengan graduación alcohólica por los posibles riesgos para la salud o por sus efectos inmediatos (Llamosas-Falcón et al., 2022, p. 66). De igual modo, el *binge drinking*<sup>1</sup> ha sustituido la ingesta diaria de alcohol por un consumo más esporádico.

---

<sup>1</sup> Este término hace alusión a una ingesta elevada de alcohol, cinco copas cada dos horas en el caso de los hombres y cuatro en el de las mujeres (National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism 2025)

Por dicho motivo, el sector está orientando sus esfuerzos, más allá de generar un vino de calidad, a producir o mejorar otras opciones como el enoturismo, además de derivados como el vinagre. El enoturismo es una de las principales tendencias en auge en el sector recreativo, visible en el incremento del 16 % en la demanda en España entre el primer y segundo semestre de 2024 (Enoturismo Spain, 2025). Esta opción se posiciona como «una alternativa cultural y experiencial sostenible con un atractivo cada vez más internacional» (Enoturismo Spain, 2025). Según la Asociación Española de Ciudades del Vino (2023, p. 5), principal observatorio en este tipo de ocio, el enoturista español se caracteriza por ser una mujer (53,7 %) de entre 46 y 56 años (cerca del 36,46%) con pocos conocimientos sobre el sector (36,8 %). Su principal motivación radica en visitar la bodega (70,90 %), pero también complementa la experiencia con la visita a pueblos y con la degustación de la gastronomía local (56,70 %) o de vinos (48,70 %), entre otras actividades (Asociación Española de Ciudades del Vino, 2023, p. 23).

A la par que el auge de este turismo, otros derivados de la vitivinicultura como el vinagre han ido ganando prestigio y protagonismo gracias a la investigación para recuperar antiguos productos como el agraz o verjus<sup>2</sup> (Bodegas Robles, s. f.). Asimismo, se busca la refinación de la calidad mediante la creación de premios (VINAVIN)<sup>3</sup> o de Denominaciones de Origen Protegidas (DD. OO. PP.). En España contamos con tres DD. OO. PP. para el vinagre, lo que supone el 50 % de los sellos de calidad diferenciada en la Unión Europea. Aunque comentaremos con mayor profundidad en sucesivos capítulos tanto la cuestión de los sellos como la relevancia de la producción y exportación de los vinagres españoles, mostraremos a continuación un breve resumen con el objetivo de reflejar la importancia de este derivado y, por ende, de la presente investigación.

El vinagre es un derivado acético que se puede originar de diversos frutos, cereales o bebidas como el vino o la sidra. Dado que en España contamos con una gran tradición de vinagre de vino, todo el estudio y los datos que arrojaremos a continuación serán relativos únicamente a esta variedad (incluido en los números TARIC<sup>4</sup>, delimitados

---

<sup>2</sup> El agraz o verjus (del francés *vert juice*) se remonta al siglo XII y consiste en un aliño originado del mosto de uvas sin madurar y presenta una acidez más suave y ligera que el vinagre (Bodegas Robles, s.f.).

<sup>3</sup> VINAVIN es la Asociación Amigos del Vino y del Vinagre, con sede en Córdoba, que organiza diversos eventos, ferias y congresos en torno al vinagre. En dichos actos, se patrocina y se galardonan los mejores vinagres a través de tres niveles: Plata, Oro y Grandes Oros.

<sup>4</sup> “TARIC” es la abreviatura de «Tarifa Integrada de las Comunidades Europea» y hace alusión a «reglamento de la Unión Europea donde figuran el arancel aduanero común (derechos que gravan las mercancías y otras medidas), y que satisface exigencias de las estadísticas del comercio exterior y de las

en la Comisión Europea (s. f.), «2209 00 11: vinagre de vino, en recipientes de contenido inferior o igual a 2 l» y «2209 00 19: vinagre de vino, en recipientes de contenido superior a 2 l»). La exportación de España se tradujo en 40 713 miles de euros en el año 2024, un aumento del 49 % en la variación 2020/2024. Este sustancial incremento se puede deber a la labor de los consejos reguladores de las DD. OO. PP., diversas campañas de exportación y planes sectoriales del ICEX (2024), como el reciente *Plan sectorial vinagre de Jerez en Estados Unidos 2024*. Reflejo de esta labor es la exportación a la potencia norteamericana, la cual representa el 19 % de la exportación total de 2024 y ha incrementado un 77 % en la variación 2020/2024 (International Trade Centre, 2025). Las siguientes potencias que importan producto español y que también han presentado dicha tendencia son Reino Unido (17 % del total) e Italia (16 %).

Así pues, el interés por el vinagre de vino se manifiesta tanto en el aumento de las relaciones comerciales como en la creación de organismos oficiales y asociaciones para mejorar la calidad y su concepción. Por dicho motivo, es relevante conocer si esta incipiente atención se ha reflejado también en los textos producidos por las bodegas o vinagreras. Partimos de afirmaciones realizadas por expertos en el sector agroalimentario como José María Montero (2023, citado en Efeagro, 2023), que destaca la falta de proyección textual: «[en] España no hay narrativa del vinagre, como sí han conseguido otros productos como el aceite» o «se trata de un sector en el que hace falta pedagogía, comunicación y, especialmente, “romper el estigma de que el vinagre es el desecho del vino”».

## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El vino, la vid, el enoturismo o los derivados como el vinagre se originan dentro de un contexto concreto en el que se genera una lengua de especialidad que vaga entre el discurso especializado y el discurso común. Ibáñez Rodríguez (2017, pp. 20-21) determina que este crisol de productos y culturas «es expresión y portadora del saber vitivinícola e instrumento básico de comunicación entre los especialistas del sector (viticultores, enólogos, ingenieros agrónomos, catadores, sumilleres, etc.) y entre otros y el público no especializado». Así pues, esta lengua de especialidad es fruto de la sinergia de diversos emisores y receptores procedentes de diferentes campos (Ibáñez Rodríguez,

---

políticas de la Unión Europea (comerciales, agrícolas o de otra índole) relativas a la importación o exportación de mercancías» (Agencia Tributaria, s. f.).

2017, p. 21). Por ello, la hibridación y la heterogeneidad son rasgos inherentes de esta lengua, al igual que el empleo de distintos códigos y formatos (Pascual Cabrerizo, 2024, p. 433). Estos aspectos le confieren a la lengua de especialidad unas características de gran complejidad, que de acuerdo con Fraile Vicente (2020, p. 169), nacen de la riqueza de la vitivinicultura: «en la actualidad, el vino es mucho más que una bebida, es cultura, ocio, arte, literatura, paisaje, arquitectura, salud, gastronomía, diseño, belleza, por lo que no siempre es fácil encontrar las palabras para describir todas estas facetas».

Más allá de estos atributos expuestos, Ibáñez Rodríguez (2017, pp. 21-28) destaca otros que consideramos pertinente mencionar, puesto que estarán presentes en el estudio. Es un discurso que se nutre de una gran trayectoria cultural, científica e histórica. Esto se refleja en el léxico y la terminología empleada, originarios en parte del francés gracias al nacimiento de la ciencia en dicha nación (Ibáñez Rodríguez, 2017, pp. 21-28). Al ser una lengua viva y con fuertes vínculos históricos, está sometida a variación diatópica, diacrónica y a la creación de nuevas unidades. Claro ejemplo de este fenómeno es el español, «una lengua de especialidad muy pegada al territorio. En ella el grado de penetración de la variación diatópica es muy elevado y se manifiesta a nivel internacional, nacional, regional, comarcal y local» (Ibáñez Rodríguez, 2024a, p. 68). Esta influencia por el arraigo se complementa con neologismos y nuevas fórmulas, ya sea para formar nuevos términos o generar campañas promocionales (Maroto García y Sánchez Ibáñez, 2016; Montes Sánchez, 2021; González Aguilar, 2024; Quirós García, 2024). De igual modo, la trayectoria de esta lengua a lo largo de la historia de la humanidad provoca que las unidades empleadas tengan usos especializados y no especializados, que vagan entre la objetividad y la subjetividad. La nota de cata simboliza perfectamente este rasgo, dado que la lengua de especialidad toma de la lengua general los conceptos para denominar los matices de un vino o un vinagre. Por ejemplo, un vino puede recordar a frutos secos o a madera (Martínez Lanzán, 2022, pp. 81-88), descriptores que se han originado en la lengua general por las evocaciones de los catadores y, por ende, cuentan con una carga subjetiva. En contraposición, la objetividad entra a colación de que existen puntos de la cata como el tacto o el oído que sí son objetivos, frente al gusto o al olfato (Smith, 2007; citado en Martínez Lanzán, 2022, p. 82). Esto es un mero ejemplo de su estrecho vínculo con las figuras retóricas que, por un lado, sirven para describir y representar la realidad y, por otro lado, para embellecer el discurso (Negro Alousque, 2013; Fraile Vicente, 2020; Martínez Martínez, 2023). La forma abandona su contenido original y adquiere uno nuevo

que permite el desarrollo de la ciencia. Haciendo alusión a este hecho, Lerat (1997, p. 34) afirma, para todas las lenguas de especialidad, y aplicable para la lengua de la vid y el vino, que

[Aa] los lingüistas no deja de sorprenderles hasta qué punto tanto la ciencia como la técnica utilizan el acervo de las metáforas de las lenguas naturales [...]. Por lo tanto, hay que reconocer que «el significado está de lado del léxico y el concepto del lado de la terminología» (Le Guern, 1989, p. 343)

En lo concerniente a los géneros y textos propios de la lengua de la vid y el vino, el amplio abanico responde a un nicho temático definido, aunque este a su vez se ramifica en diversas áreas y especialidades: «delimita[¶] un campo especializado concreto, el relativo al cultivo de la vid y la elaboración del vino y sus formas de expresión, que comprenden la enología, el conocimiento científico en torno al vino (*eno*), y la ampelología o conocimiento científico en torno a la vid (*ampelos*)» (Ibáñez Rodríguez, 2024a, p. 55). La temática vitivinícola y este fenómeno lingüístico, denominado por Caballero et al. (2019, pp. 1-2) como *winespeak*<sup>5</sup> en inglés o *weinsprache* en alemán por Ramírez Almansa (2021), han superado la frontera de los géneros propios de esta área del saber. Son heterogéneos los nuevos medios que difunden este conocimiento y, gracias a ellos, la vitivinicultura forma parte de libros, películas o revistas no especializadas (Ramírez Almansa, 2021).

Pascual Cabrerizo (2021, pp. 410-412) afirma que los géneros son variados, emitidos para los tres niveles de abstracción de especialización (expertos, semiexpertos y legos) y los clasifica en analógicos y digitales. Esta división se debe a la evolución natural de los textos para satisfacer las nuevas necesidades y objetivos, como si fueran entes vivos que «pueden[n] nacer, desarrollarse y morir en su hábitat» (Pascual Cabrerizo, 2024, p. 432). En las siguientes figuras, se detalla lo que la autora denomina «ecosistema de géneros vitivinícolas» (Pascual Cabrerizo, 2024, p. 432), una aproximación a los diversos géneros que podemos englobar bajo el paraguas de la lengua de la vid y el vino. A pesar de que estos son géneros que pueden abordar la temática vitivinícola, Pascual Cabrerizo (2021, pp. 410-412), al reflexionar sobre la pureza de estos y basándose en Bhatia (2002) y Spinuzzi (2003), dicta que en realidad estos se mezclan, se solapan o interactúan entre sí.

---

<sup>5</sup> Para Caballero et al. (2019, pp. 5-10) “winespeak” hace referencia a un uso especializado de una lengua que es ampliamente compartida y arraigada a la cultura y sociedad y que sirve para comunicar lo que es, lo que tiene y las sensaciones que provoca un vino. En definitiva, se vincula más hacia la viticultura que la definición propuesta por Ibáñez Rodríguez (2017), que abarca más.

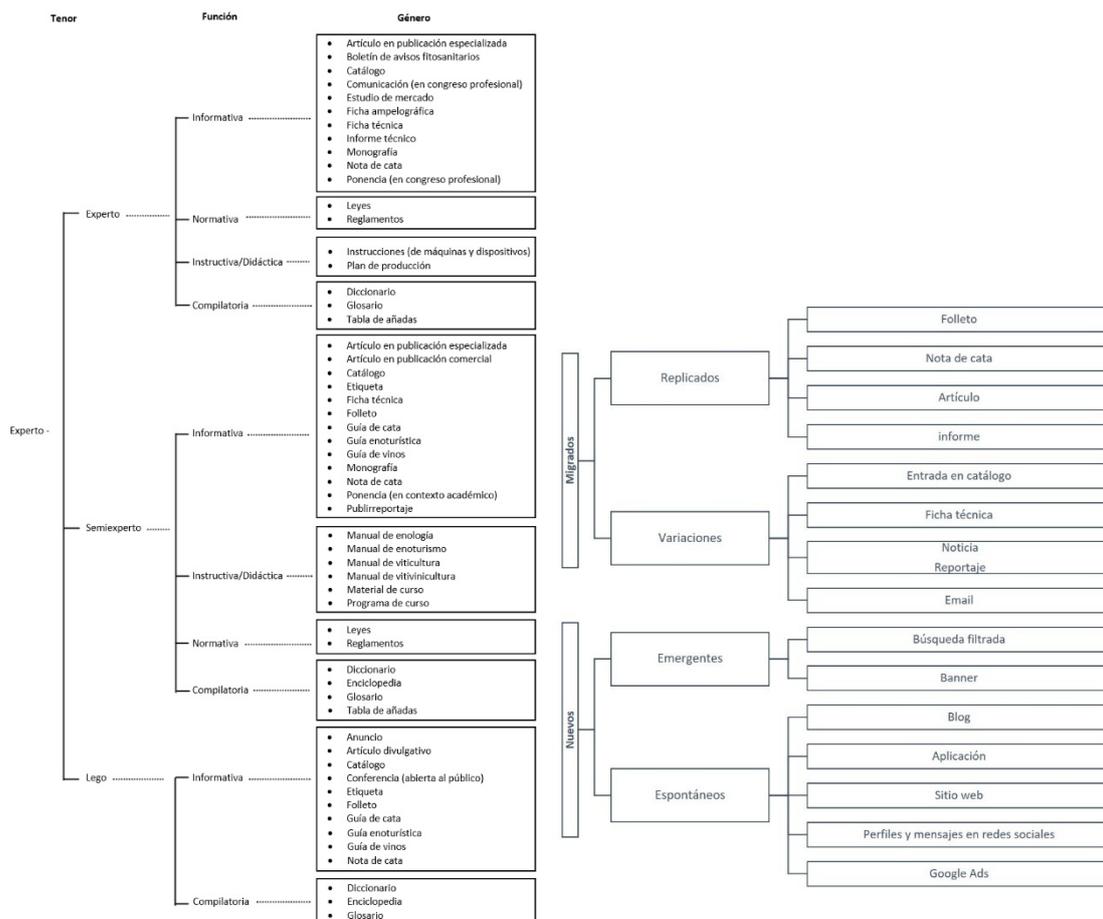


Ilustración 1. Clasificación pragmática de los géneros vitivinícolas "análogicos". Fuente: Pascual Cabrerizo (2021, p. 411)

Ilustración 2. Clasificación de géneros vitivinícolas digitales basada en el esquema de Shepherd y Watters. Fuente: Pascual Cabrerizo (2021, p. 412).

A pesar de que en el Bloque III profundizaremos más en el género que analizaremos a lo largo de este escrito —la ficha técnica—, vemos de gran importancia recoger brevemente las características y la literatura científica que lo ha estudiado. Si contemplamos la *Ilustración 2*, vemos cómo la autora lo posiciona como texto migrado con variaciones. Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán (2023, p. 50) justifican esta evolución por el cambio de receptor (de comerciantes a un público general), la cantidad de información y la forma de acceso aduciendo que:

La ficha técnica de un vino es un documento que se ha vuelto mucho más accesible para el público general con la popularización de Internet: en el pasado, se trataba de textos dirigidos principalmente a comerciantes y distribuidores o a miembros de clubes de vino o cata, pero ahora son accesibles para cualquier persona a través de los sitios web de las bodegas. El formato electrónico también ha permitido ampliar la información recogida en estas fichas respecto a las versiones en papel, aunque la mayoría de las veces siguen teniendo una extensión de una sola página (Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán, 2023, p. 50).

Este documento está redactado por un experto y se destina a un público general, independientemente de sus conocimientos sobre vitivinicultura, con el objetivo de

presentar un producto de forma rápida (Moreno-Pérez y López-Arroyo, 2023, p. 4). Pese a que López Arroyo y Sanz Valdivieso (2022a, p. 40) hacen alusión en la siguiente cita a las notas de cata, un género independiente, pero que puede integrarse dentro de la ficha técnica, estimamos que su reflexión puede aplicarse también para este género:

It seems obvious that such a variety of types of writers will produce different types of tasting notes, in terms of micro and macro linguistic features, that could not be considered comparable because of their differences in style, their format and the way to render knowledge to readers<sup>6</sup>.

No existe una plantilla única para este género y, por ende, el contenido no es fijo. Sin embargo, sí existen puntos que suelen coincidir y conforman una macroestructura en el caso del vino: marca, nombre del vino, origen geográfico, información sobre la variedad de vid, vendimia y vinificación, características organolépticas, graduación alcohólica, nota de cata, maridaje, conservación y, en determinados casos, puntuaciones o premios (Wislocka Breit, 2014, p. 100; Moreno-Pérez y López-Arroyo, 2023, p. 4; Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán, 2023, p. 50). Este género incorpora algunos de los atributos más representativos de la lengua de la vid y el vino: empleo tanto de un discurso directo para informar y describir, como persuasivo y subjetivo para atraer al posible cliente; uso de alta densidad terminológica procedente de un amplio rango de campos temáticos y un registro ligado al contexto (Moreno-Pérez y López-Arroyo, 2023, p. 5). Estos actos comunicativos pretenden cumplir tres funciones principales que se equiparan con lo descrito con anterioridad: informar, atraer al posible comprador y hacerlo partícipe del texto y del sector (Wislocka Breit, 2014, p. 102).

Los rasgos arriba mencionados son algunos de los más remarcables de este género textual descritos para el vino, pero no para el vinagre. Morales-Jimenez (2024c, p. 145) percibió similitudes entre ambos productos, aunque detectó que ciertas características diferían por la naturaleza propia del vino (bebida que se puede consumir por sí sola) y del vinagre (condimento o aderezo que acompaña a otros). No obstante, dicho estudio se centraba en la terminología y no en el análisis textual. La comparación entre vino y vinagre de vino puede arrojar luz para facilitar la labor traductora ante las posibles diferencias comunicativas y culturales. A lo largo de la presente tesis, realizaremos dicha labor y complementaremos esta carencia bibliográfica.

---

<sup>6</sup> «A pesar de que parezca obvio que una gran cantidad de tipos de emisores produzca diferentes modelos de nota de cata, las características micro y macrolingüísticas no podrían considerarse comparables debido a las diferencias estilísticas, al formato y a la forma en la que se transmite la información al receptor».

El género aquí analizado constituye un claro ejemplo de la riqueza textual de la lengua de la vid y el vino, al reunir una vasta gama de características. *Grosso modo*, cada faceta destacada, tanto de la lengua de la vid y el vino como de la ficha técnica, ha sido estudiada por numerosos investigadores, primordialmente en el seno de GIRTraduvino de la Universidad de Valladolid y de los grupos de investigación de la Universidad de Córdoba HUM 947 «Texto, Ciencia y Traducción» y HUM 1108 «Traducción y Discurso Especializado» y diversos investigadores de la Universidad de Castilla y La Mancha, según ENOBIBLIO<sup>7</sup>. No obstante, todos ellos se han centrado en las diversas ramas de las que se compone la vitivinicultura (ampelología, enología, sumillería, química...) y su vinculación con las diversas ramas de la lingüística y de la traductología. Limitados estudios han profundizado en derivados más allá de la uva, del vino o de la vid. Tras consultar ENOBIBLIO y realizar un proceso de documentación sobre otros productos que se elaboran o están relacionados con el vino (mosto, vinagre, aguardiente, coñac, brandi, aceite de pepita de uva, azúcar de uva, sarmientos...), hemos hallado escasas referencias: brandi (García Torrens, 2007 y Balbuena Torezano, 2023), champagne (Normand y Rastier, 2002; Marchal, 2021 y Gonon y Sorba, 2022) y vinagre (Morales-Jiménez, 2024-c y Paciaroni, 2025). Esta falta de literatura es más notable en las ciencias humanísticas, ya que las diversas ramas como la química, la enología o la bromatología sí lo han estudiado como describiremos a continuación.

### **2.1.El vinagre desde otras ciencias**

Si profundizamos en el vinagre desde otras ramas, sí hallamos una mayor actividad investigadora donde han buscado caracterizar este artículo más allá del desperfecto o derivado agrio. Márquez Ortega (2020) propuso en su tesis doctoral un método para medir la calidad presente en los vinagres y, en particular, en los amparados por la D. O. P. Montilla-Moriles (Córdoba). De igual modo, esta contribución resulta de gran relevancia al sentar los pilares para la cata del vinagre y caracterizarlo como un artículo de calidad con entidad propia. Galán Soldevilla et al. (2015) y Garrido Giménez y Márquez Ortega (2015) contextualizan la acetificación de los vinagres de esta región y,

---

<sup>7</sup> ENOBIBLIO es una base de datos bibliográfica creada en el seno de GIRTraduvino que recopila aquellas investigaciones cuya temática trata sobre la lengua de la vid y el vino y su traducción (libros, actas de congresos, capítulos de libro, reseñas, revistas científicas, artículos de revista, contribuciones en actas de congresos, artículos periodísticos, trabajos de fin de grado y de máster, así como tesis doctorales). Está destinada tanto a profesionales de la traducción o del sector como a investigadores de diversos campos del conocimiento. En septiembre de 2025 ya ha superado las 1000 entradas en diversos idiomas y cuenta con una amplia variedad temática.

por primera vez, encontramos una clasificación de los descriptores de la nota de cata de vinagre de vino. Galán Soldevilla et al. (2015, p. 53-54) categorizan los atributos sensoriales de cuatro vinagres de vino de forma global y sentencian que:

La principal dificultad encontrada por los paneles de cata durante la olfacción del vinagre se debe a la sensación pungente de su componente mayoritario, el ácido acético que enmascara la percepción del resto de notas aromáticas. Además, este ácido produce una mayor fatiga sensorial en los receptores que la provocada por el alcohol durante su degustación. Este hecho influye en su técnica de cata y en el número de muestras ensayadas. Por ello, en el análisis sensorial del vinagre, se suele evaluar su aspecto y su olor por vía directa [...].

Los vinagres envejecidos mediante los sistemas de añada o de criaderas y soleras son de mayor calidad debido a su complejidad aromática. El aroma del vinagre está determinado por una serie de compuestos volátiles que proceden del vino, del proceso de acetificación y del envejecimiento en madera (Soldevilla et al., 2015, p. 53).

Los descriptores encontrados en este panel de cata de vinagres DD. OO. PP. Montilla-Moriles son los incluidos en la Tabla 1, tratándose de un primer acercamiento al trazado del perfil sensorial de este producto. No obstante, la muestra es reducida y los descriptores no son tan numerosos como podemos encontrar en el caso del vino, que pueden alcanzar los 95 en algunas taxonomías (Noble et al., 1984, pp. 107-109).

<b>Apariencia</b>	<b>Olor</b>	<b>Trigeminal</b>
Tono	Frutal	Pungencia
Intensidad de color	Frutos secos	
Brillo	Fruta blanca	
Fluidez	Vegetal	
	Madera	
	Tostado	
	Vainilla	
	Uva pasa	
	Chocolate/café	
	Pegamento	
	Disolvente	
	Otros	
	Vinoso	
	Fermentación/lías	
	Cuero	

Tabla 1. Perfil sensorial de vinagres de Montilla-Moriles. Fuente: Soldevilla et al. (2015, p. 54).

Otros investigadores, Ríos-Reina et al. (2020) han analizado el perfil sensorial de los vinagres españoles DD. OO. PP. desde la bromatología, encontrando divergencias en los marcadores de cada D. O. P. y categoría: mientras que el Reserva de Jerez presentaba aromas vegetales y herbáceos, el de Montilla-Moriles era láctico o con matices de mantequilla y en el de Condado de Huelva predominaban los químicos. Los vinagres Pedro Ximénez de Jerez eran especiados y dulces, y los de Montilla-Moriles,

empíricos, especiados y dulces. Al igual que en el caso anterior, la muestra es limitada al contar solo con cinco vinagres para los tres consejos reguladores y, en esta ocasión, sí detallan diversos descriptores mediante el origen del aroma. La importancia de contar con un vocabulario concreto y delimitado implica que se pueda representar un producto con mayor facilidad y evaluar de forma objetiva. Según Gawel et al. (2000), la implementación de un código para los expertos supone una mejora en la comunicación y permite valorizar toda la labor realizada: «The importance of wine-tasters achieving a common understanding of terms describing wine mouth-feel has been demonstrated (Gawel 1997); mouth-feel terms that were not adequately defined substantially reduced the communicative value of those descriptions»<sup>8</sup> (p. 203).

Estas investigaciones siguen la trayectoria de las químicas Llaguno Marchena y Polo (1991, p. I) que subrayan la falta de investigación en nuestro país, editan unas de las primeras monografías en torno al vinagre de vino y arrojan la siguiente afirmación:

Faltaba en España un libro sobre el vinagre, sobre el vinagre de vino en particular, del que nuestro país es uno de los más importantes elaboradores. El vinagre es el producto de una industria que utiliza modernas técnicas, costosas instalaciones y cuidadosos controles durante la fabricación y el producto final: el vinagre de vino. Su origen, muy antiguo, como el de todas las industrias de fermentación para la elaboración de bebidas y alimentos, se debió a un fenómeno espontáneo que transformó el vino en vinagre. Las causas de este fenómeno descubiertas a mediados del siglo XIX, permitieron el desarrollo de una industria que ha logrado producir ácido acético a partir del alcohol etílico con alto rendimiento mediante agentes biológicos: las bacterias acéticas. Se trata pues de una industria biotecnológica.

En este sentido, resulta fundamental considerar otros estudios que han intentado plasmar la línea cronológica del vinagre de vino, desde una perspectiva sanitaria, técnica y química. Referente a esta línea, publicaciones como la de Llaguno Marchena (1991), Ibáñez Castro (2015), Moreno Rojas (2015) o Villegas Becerril (2015) relatan los usos, costumbres y beneficios para la salud, para la alimentación o para los cultivos. Tal como indica Ibáñez Castro (2015, p. 25), esta “casualidad” se remonta a tiempos inmemoriales; en el siglo IV ya contábamos con conocimientos sobre su producción y en el siglo XIV se estipuló la creación de la Corporación de fabricantes de vinagre. Moreno Rojas (2015) alude a sus beneficios antimicrobianos, antioxidantes, cardiovasculares, anticancerígenos y para prevenir o paliar la diabetes y la obesidad. Estos usos médicos datan también de la

---

<sup>8</sup> «Ya se ha demostrado la importancia de que los catadores de vino logren un conocimiento común de los términos que describen la sensación en boca de los vinos (Gawel 1997). Los términos relativos al gusto que no se habían delimitado adecuadamente habían reducido sustancialmente el valor comunicativo de dichos descriptores».

Antigüedad, donde Hipócrates y Galeno lo empleaban en la botica para enfermedades respiratorias o, en la ganadería, para curar heridas de los bueyes según Columela (Llaguno Marchena, 1991, pp. 2-9).

Pese a sus grandes beneficios, no fue hasta 1861 cuando se descubrió el motivo por el cual ese vino se avinagraba al contacto con el aire: la bacteria acética *Mycoderma aceti* (Llaguno Marchena, 1991, pp. 2-9). Louis Pasteur en una ponencia para la Sociedad Química de París publicaría toda su investigación sobre la “madre del vinagre” en *Études sur le vinaigre et sur le vin (1924)* y *Mémoire sur la fermentation acétique (1864)*, siendo de las primeras obras que arrojan técnicamente luz sobre el origen del derivado. Antes de estas novedosas conclusiones, ya se habían gestado algunos intentos de estipular recetas o consejos de cómo elaborar un vinagre de calidad por parte de Gabriel Alonso de Herrera (1513). Asimismo, los preceptos de Antoine Lavoisier en *Traité elementaire de Chimie (1793)* eran los seguidos por la comunidad científica, dado que afirmaba que existían tres tipos de fermentaciones: pútrida, vinosa y acetosa (Llaguno Marchena, 1991, p. 3). Esta última transformación consistía en que el vino o la sustancia alcohólica absorbe el oxígeno formando el vinagre. Antoine Lavoisier explica este fenómeno por la combinación de los residuos de la fermentación alcohólica con el propio vino, el oxígeno y una temperatura propicia (Llaguno Marchena, 1991, p. 4). Claude Louis Berthollet (1803), por su parte, orientaba sus conclusiones a que se producía vinagre al iniciarse la fermentación de almidones y gluten, sin necesidad de alcohol. Dicha hipótesis fue desmentida por Humphry Davy en 1821 mediante el uso del catalizador “negro de platino” (Guzmán Chozas, 1998, p. XVIII). Jöns Jacob Berzelius (1838) observó cómo se producía una vegetación en la fermentación, derivada de la putrefacción (Guzmán Chozas, 1998, pp. XIX). Estas levaduras superficiales serían las que se alimentarían del etanol del vino para formar ácido acético y, por ende, conseguiríamos un producto con una doble (o triple, según el tipo de vino) fermentación (Joe Lim et al., 2020, p. 1).

En la actualidad y como se ha visto representado en el presente punto, numerosos estudios siguen analizando, evaluando y ampliando los métodos para obtener un vinagre de vino de calidad. Sin embargo, esta investigación sigue siendo más frecuente en ciencias biológicas o técnicas, y no en humanidades, como profundizaremos en el siguiente epígrafe.

## 2.2. El vinagre desde la lingüística y la traductología

Todas estas aproximaciones han sido primordiales para generar un producto de calidad, mejorar su visión y ampliar los estudios en torno al vinagre. En su mayoría, proceden de monográficos o acciones conjuntas de asociaciones, consorcios o investigadores para generar avances científicos. No obstante, desde una perspectiva lingüística o traductológica solamente hemos hallado dos publicaciones y ambas son relativamente recientes. La primera que abordaremos será la de Paciaroni (2025) que analiza cómo la traducción automática (TA) y una traducción humana trasladan el discurso empleado en la D. O. P. Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, prestando mayor atención a la importancia de transmitir el patrimonio y la cultura que caracteriza a este derivado. Dicha autora concluye para este sello de calidad diferenciada y, *a priori*, aplicable a todos los vinagres de calidad que:

es necesario fomentar, mediante la difusión de materiales escritos en diferentes idiomas, el conocimiento de los productos de excelencia que todavía quedan casi desconocidos en el extranjero, como el Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, atrayendo, en particular, a un público hispanohablante.

Por otro lado, se reconoce la necesidad de la traducción institucional de numerosos pliegos de condiciones de productos con sello DOP o IGP. Este esfuerzo no solo podría mejorar la visibilidad de los productos de excelencia y sus reglamentaciones a nivel internacional, sino también luchar contra su falsificación y contribuir a la preservación y promoción de las tradiciones y productos locales que estas denominaciones representan (Paciaroni, 2025, pp. 190-191).

Estas conclusiones también están presentes en el otro estudio mencionado y que sirvió como precursor para la presente tesis y como proyecto piloto para decidir la creación de una línea de investigación en el seno de GIRTraduvino. En Morales-Jiménez (2024c) profundizamos en la terminología presente en la D. O. P. Montilla-Moriles, su traducción y si los materiales terminológicos específicos del vino eran adecuados para el vinagre. En dicho estudio, conocimos la presencia de un rico entramado léxico similar al del vino y «que existe una carencia de estudios lingüísticos sobre el vinagre y una falta de calidad en la traducción de los términos que no guardan relación directa con el vino» (Morales-Jiménez, 2024c, p. 145).

Ambos autores han puesto el foco de atención en un sello de calidad diferenciado de distinto país, pero sus conclusiones se orientan hacia la carencia de análisis y de inversión. Asimismo, presentan limitaciones que para un trabajo de mayor envergadura serían convenientes subsanar. Por un lado, Paciaroni (2025, p. 189) destaca la importancia de que la persona encargada de la traducción cuente con las competencias necesarias para marcar la diferencia con la traducción automática. Aunque analiza diversas fuentes

documentales y lexicológicas, tanto generales como específicas del sector, muchas de ellas presentan carencias y «subrayan la importancia de continuar investigando y documentando áreas que hasta ahora han recibido poca atención académica» (Paciaroni, 2025, p. 189). De igual modo, Morales-Jiménez (2024c, p. 145) corrobora dicha realidad para los vinagres D. O. P. Montilla-Moriles:

Determinados aspectos técnicos resultan de fácil solución mediante la consulta a material lexicológico y terminológico; no obstante, para otros aspectos como culturemas o elementos más complejos como los procesos de elaboración o las fases, se requiere un proceso de documentación, ya que como hemos observado, las herramientas disponibles no satisfacen las necesidades en su totalidad.

En consecuencia, es necesario crear y nutrir el material existente para que se use tanto para la redacción y comprensión de los textos como para la traducción de este producto. Según Mayoral-Asensio (2007, p. 35), la figura del traductor debe tomar un papel multidisciplinar y para ello debe contar con todas las herramientas posibles:

en la empresa se pretende, por regla general, que el traductor satisfaga todas las necesidades de comunicación bilingüe o multilingüe (sea del tipo que sea) y, en ocasiones, también necesidades de tipo administrativo, e incluso jurídico –siempre que esas últimas sean sencillas o se puedan satisfacer sin riesgos penales– con una sola persona: el traductor.

Por otro lado, y vinculado a este último aspecto, ambos estudios coinciden en los problemas de traducción de este producto (culturalidad, falta de conocimiento del receptor o desinterés por los propios emisores). La traducción forma parte indispensable de este sector globalizado e internacionalizado. Autoras como Balbuena Torezano y Cobos López (2018, pp. 26-27) afirman que:

[L]a traducción en el sector empresarial ocupa un lugar de singular relevancia para las relaciones comerciales. La correcta información y comunicación entre empresas puede llevar a un mejor desarrollo de éstas y a la búsqueda de nuevos mercados fuera de las fronteras nacionales. [...] En el caso del sector vitivinícola, y con la irrupción en la vida empresarial de Internet y el fenómeno globalizador, la internacionalización de bodegas, lagares y empresas dedicadas al vino necesita, para alcanzar mercados extranjeros, de la traducción de webs y herramientas tecnológicas capaces de ofrecer fuera de España los vinos producidos en nuestro país.

En la misma línea, Álvarez Jurado (2018, pp. 12-13) remarca la importancia de adaptarse al receptor extranjero para lograr el *skopos* deseado, es decir, vender y acercar dicho producto a nuevos potenciales compradores:

En el mundo actual, cada vez más globalizado, la “inteligencia cultural” es necesaria para toda persona que trabaje en el ámbito internacional. El traductor debe procurar “estar alerta para armonizar con culturas diferentes a la nuestra” y adaptar el mensaje a dicha cultura es determinante en toda comunicación con un interlocutor de otro país.

Morales-Jiménez (2024c) y Paciaroni (2025) han encontrado errores de diversa índole en los textos compilados y, en particular, coinciden en la falta de adaptación de aquellas unidades que requieren dicha “inteligencia cultural” y suponen una mayor complejidad a la hora de traducir: los *culturemas*. Se trata de un elemento lingüístico cultural que es representativo de una cultura y que puede suponer un problema de traducción al no existir en la cultura meta (González Pastor, 2018, pp. 12-13). Cada uno debe ser tratado como un ente propio en su contexto y abordarlo con diversas técnicas (González Pastor, 2018, p. 97). En el caso de D. O. P. Montilla-Moriles primaba el préstamo crudo sin ampliación o adaptaciones en las traducciones ofrecidas por las bodegas al inglés (Morales-Jiménez, 2024c, p. 144) y, en el caso de la D. O. P. Aceto Balsamico Tradizionale di Modena, los diversos motores de TA han generado errores de terminología o de precisión cultural (Paciaroni, 2025, p. 190). Ambas afirmaciones nos hacen cuestionarnos si este fenómeno se repite para todos los vinagres de calidad y si la traducción resulta adecuada a los diversos receptores.

### **3. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**

Tanto la importancia de la producción y comercialización como las limitadas investigaciones en la rama de las humanidades nos conducen a diseñar y trabajar en un estudio que, por un lado, sea pionero en la rama de la traducción en España y, por otro lado, pueda servir como pilar para mejorar la visión y caracterización de este producto señero. En la actualidad, existe una tendencia a revalorizar este producto denostado mediante los sellos de calidad diferenciada (D. O. P.) y premios (VINAVIN). Por dicho motivo y desde una perspectiva lingüística, partimos de la hipótesis de que los aspectos lingüísticos del vinagre están condicionados por este prisma negativo e infrainvestigado, aunque su estudio esconde un gran interés académico y científico-humanístico.

Para lograr refrendar dicha afirmación, nos hemos marcado como objetivo principal describir y categorizar el vinagre desde una perspectiva lingüística y traductológica. Para ello, nos propusimos los siguientes objetivos específicos:

- definir el vinagre con el objetivo de discernir las diferencias y las semejanzas respecto al vino;
- contextualizar el vinagre en el sector vitivinícola y su mercado internacional, así como en el universo textual vitivinícola;

- categorizar los géneros textuales “ficha técnica” y “nota de cata” para el vinagre;
- profundizar en la terminología de la degustación del vinagre y sus descriptores y
- reflexionar sobre la traducción ES>EN gracias a la compilación de un corpus comparable y paralelo.

A modo de resumen, todo lo estipulado en el presente punto nos conduce a ampliar el conocimiento generado en el sector vitivinícola y, en concreto, en la industria vinagrera desde una perspectiva lingüística y traductológica.

#### **4. METODOLOGÍAS**

La naturaleza propia de la presente tesis por compendio provoca que se hayan confeccionado diversas metodologías para obtener y lograr los distintos objetivos. No obstante, existen principios que comparten las diversas investigaciones incluidas a lo largo del conjunto.

En primer lugar, diseñamos una metodología mixta basada en un método analítico-deductivo. La distribución de la estructura se fundamenta en ella, ya que, como se verá en el siguiente punto, comenzaremos profundizando en la definición y contextualización para finalmente derivar a indagar en los vinagres españoles y estadounidenses con y sin sello de calidad diferenciada. Como nos nutrimos de los estudios de la lengua de la vid y el vino, esta metodología deductiva nos permitirá confirmar si la teoría general del vino es aplicable al vinagre.

En segundo lugar, hacemos referencia a que es mixta al examinar tanto cualitativa como cuantitativamente los textos del vinagre. Por una parte, buscamos definirlo, contextualizarlo y profundizar en la terminología usada en textos reales creados en su medio natural (las páginas web y las bodegas). Analizaremos e interpretaremos estos resultados, lo cual nos permitirá conocer en mayor medida al vinagre desde unos criterios objetivos y desde las humanidades. Por otra parte, emplearemos herramientas y medidas para indicar qué descriptores son incluidos, cuáles son los rasgos textuales de los géneros, las técnicas empleadas o si la traducción resulta suficiente y adecuada.

En tercer lugar, toda la tesis parte de diversos marcos teóricos como la lingüística de corpus, la terminología, el género textual y la traductología. Estas ramificaciones de

las ciencias humanísticas son los pilares de las diversas investigaciones que mencionaremos a continuación. Por dicho motivo, vemos pertinente concretar en qué consisten y qué fundamentos seguiremos.

#### **4.1. Lingüística de corpus**

La lingüística de corpus será la principal teoría en la que haremos mayor hincapié. Tomaremos la doble vertiente que indica Torruella i Casañas (2017, pp. 23-24), por la que esta disciplina se sirve de la compilación de los textos y, por otra, de su consecuente análisis:

Por una parte, la que hace referencia a la metodología de diseño y recopilación de un corpus y de su plataforma de consulta y, por otra, a la de su explotación (tratamiento de los datos, sus análisis cuantitativos y estadísticos, etc.). El término básicamente define un proceso de almacenamiento y recuperación de datos, y una manera de considerar estos datos como una fuente de informaciones para comprobar empíricamente viejas teorías o como un banco de pruebas para establecer nuevas [...] en su segunda acepción, la referida a la explotación de corpus, lingüística de corpus equivale, tal como apunta Rojo Sánchez (2015: 681), a la «lingüística basada en el análisis de corpus», que es una aproximación al análisis de los fenómenos lingüísticos tal como se presentan en un corpus textual o en diversos subcorpus textuales

Entendiendo la lingüística de corpus como este concepto metodológico-operativo, la aplicaremos como instrumento para obtener información sobre el vinagre. La compilación de un corpus brinda la oportunidad de contar con la representación de una lengua, ya sea para el análisis lingüístico como traductológico u otros propósitos como la docencia (Biber et al., 1998, p. 4).

Para la compilación de un corpus o conjunto de textos, este debe contar con unas características concretas, procesarse adecuadamente y tener una finalidad investigadora determinada (Rodríguez-Tapia, 2024, p. 79). Una de las principales cuestiones es la representatividad, ya que de ella depende que el conjunto de textos aúne todos los rasgos lingüísticos de lo que queremos estudiar (Biber, 1993, p. 243). Dicho rasgo no solamente depende del tamaño, sino que hace referencia a que incluya todas las posibles variantes de la población (Biber, 1993, p. 243). La utilización de unos criterios determinados y objetivos permitirá su implementación como metodología. Para ello, los mencionaremos en sucesivos puntos para compilar nuestro corpus partiendo de la taxonomía de Rodríguez-Tapia (2024, pp. 83-89) dada su clara distribución y la actualización a las nuevas tendencias sobre marcaje y edición.

## 4.2. Terminología

En lo concerniente a la terminología, consideramos la aproximación de Cabré i Castellví y la de su escuela, la Teoría Comunicativa de la Terminología (TCT), como rama de la que servirnos para todo el estudio. Dicha autora constata tres diferentes concepciones de la terminología: «como la disciplina que se ocupa de los términos especializados [...], como el conjunto de directrices o principios que rigen la recopilación de términos [...] y] como el conjunto de los términos de una materia especializada» (Cabré i Castellví, 1999, pp. 18-19). En el presente estudio, nos hemos propuesto el objetivo de recoger los términos de una lengua de especialidad y de un producto en particular, profundizando en esta última acepción desde un punto de vista comunicativo. La importancia de considerar la terminología desde este ángulo radica en que estimamos que el acercamiento de Cabré i Castellví (1993 y 1999) se amolda al discurso vitivinícola como lengua de especialidad ubicada en un *continuum*. En palabras de la autora (Cabré i Castellví, 1999, p. 136), la TCT «integra, teórica y metodológicamente, la variación lingüística, tanto formal como conceptual, y asume que los términos están asociados a características gramaticales (a todos los niveles de representación) y pragmáticas». Esta variación y su consecuente trasvase de unidades se producen porque la lengua común fundamenta la lengua general y las lenguas de especialidad (Cabré i Castellví, 1993, p. 151). Como ejemplo, Sierra Soriano y Mogorrón Huerta (2003, p. 597) destacan que esta aproximación entre una lengua y otra ha generado que los términos de la cata se caractericen por contar con unidades de la lengua común con carga especializada. Asimismo, Ibáñez Rodríguez (2017, p. 20) destaca, centrándose en la lengua de la vid y el vino en general, que

Prueba de ello es el constante trasiego que se da de las lenguas de especialidad a la común y de esta a aquellas y también entre las mismas lenguas de especialidad. Un (vino) *burdeos* inicialmente designa al «vino de la región francesa de Burdeos» y pasa después, sin dejar de tener el citado uso especializado, a significar también un color semejante al del vino.

Esta influencia entre lenguas se puede medir a través de un sistema de graduación, cuyos extremos se encuentran en contacto mediante lo que se denomina *continuum*. Se puede medir en función de dos ejes: el horizontal y el vertical. El horizontal comprende la temática y su aproximación<sup>9</sup> y el vertical hace referencia al nivel de

---

<sup>9</sup> Cabe recordar que Cabré i Castellví (1999, p. 96) indica que una teoría de la terminología debe describir los términos teniendo en cuenta su multidisciplinariedad y poliedricidad, entre otros valores. La

especialización, el grado de formalidad y la finalidad (Cabré i Castellví, 1999, pp. 162-163). Dicho grado de especialización posiciona al texto especializado como opuesto al texto no especializado y, en el centro, el texto semiespecializado (Rodríguez-Tapia, 2019, pp. 145-146). La propuesta de Rodríguez-Tapia (2019, pp. 145-146) difiere de la original de la TCT, en primer lugar, al incluir el discurso semiespecializado y, en segundo lugar, en los criterios para marcar el grado de abstracción. La TCT dictaba que el especializado era redactado por un especialista y el no especializado por no especialistas. No obstante, el autor se cuestiona si el experto no puede adaptar su discurso a otros niveles de abstracción y reformular nuevo conocimiento especializado.

### 4.3. Género textual

Otro aspecto que merece atención es la investigación en torno a la noción de género textual. Para categorizar y describir los géneros textuales “ficha técnica” y “nota de cata”, partiremos de la concepción de que los géneros son un ente vivo y dinámico:

El género se concibe como un constructo (Monzó, 2002), una abstracción que representa una interfaz entre el texto y el contexto; una categoría que, lejos de ser estática, puede cambiar en función de diferentes parámetros culturales y socioprofesionales. Y este carácter cambiante permite, por una parte, explicar la dificultad de clasificación de algunos géneros (aquellos que están menos convencionalizados) y, por otra, nos permite validar clasificaciones abiertas por ámbitos socioprofesionales con finalidad investigadora que podrán (y deberán) ir actualizándose de acuerdo con la dinamicidad propia de cada ámbito (García Izquierdo, 2006, p. 122).

Estos rasgos ya han sido mencionados al describir las peculiaridades de la lengua de la vid y el vino y del género “ficha técnica de vino”, el cual se ubicaba dentro de un ecosistema de géneros pertenecientes a esta lengua de especialidad (Pascual Cabrerizo, 2024, p. 432). La dificultad para definir y concretar el concepto de género subyace en el dinamismo propio y en la variedad denominativa en torno a este término y al concepto “tipo textual”. Pascual Cabrerizo (2016, pp. 49-50) propone en su investigación un resumen que aúna las principales diferencias entre ambos conceptos y que reproducimos en la siguiente tabla:

---

poliedricidad alude a que «los términos son unidades interdisciplinarias integradas por vertientes o facetas distintas, cada una de ellas correspondiente a un plano de análisis» (Cabré i Castellví, 2008, p. 33). Por dicho motivo, un mismo tema como la nota de cata de vinagre se podría observar desde diversas ramas del saber y el discurso cambiaría. La terminología y el discurso empleados por un enólogo al describir los matices sensoriales en un artículo científico serían diferentes de los de un traductólogo analizando las unidades léxicas especializadas de la cata.

	Tipos	Géneros
Definidos por...	...características lingüísticas internas.	...características externas, sociales y culturales (asociadas a otras lingüísticas internas).
Reconocidos por...	...su estructura informativa y por sus rasgos gramaticales.	...por su formato externo y los parámetros situacionales en los que se produce.
Vinculados a...	...una teoría para la clasificación científica.	...los conocimientos de la comunidad de hablantes.
Son un conjunto...	...cerrado y abstracto.	...abierto y en evolución constante.
Se puede clasificar por...	...la función predominante	...ámbitos de uso social.

Tabla 2. Síntesis de las diferencias entre tipos y géneros. Fuente: Pascual Cabrerizo (2016, pp. 49-50)

Esta propuesta de síntesis nos permite discernir entre ambos conceptos y pone de manifiesto la naturaleza cambiante. Por dicho motivo, tomar un modelo de análisis adecuado y en el que se observen los aspectos desde todos los ángulos resulta primordial. Pascual Cabrerizo (2016, pp. 141-142) retoma dicha síntesis para diseñar un modelo de análisis aplicable a su investigación para textos sobre enoturismo y consideramos de gran utilidad para el resto de textos vitivinícolas:

1) Nivel extratextual:

- Aspectos pragmáticos: En realidad, todos los aspectos del nivel extratextual podrían considerarse pragmáticos, pero en este apartado analizaremos únicamente las funciones y el grado de especialización de los textos.
- Aspectos socioculturales: Aquí analizaremos el contexto social y cultural (incluyendo en ocasiones factores legales, históricos y sociológicos) y su influencia en los textos.
- Aspectos comunicativos: Este análisis se centra en el perfil del emisor y del receptor y en la relación entre ambos y el registro del texto, esto es, el tenor interpersonal (el funcional se analiza como aspecto pragmático).

2) Nivel intratextual

- Aspectos macrotextuales: Este análisis se descompone en dos apartados, uno dedicado al diseño y otro al contenido. Buscaremos supraestructuras prototípicas e identificaremos bloques.
- Aspectos microtextuales: Análisis de las formas lingüísticas (morfosintácticas y léxicas) convencionales en cada género.

Con este modelo de análisis, estudiaremos en sucesivos puntos la ficha técnica del vinagre de vino para conocer si presenta diferencias con otros productos como el vino. De igual modo, dicho análisis nos permitirá vislumbrar cuestiones de gran relevancia para la traducción, como el contexto, la función o la especialización de los textos.

#### **4.4. Traductología y la traducción de la lengua de la vid y el vino**

El cuarto y último marco que tomaremos seguirá los preceptos estipulados por Hurtado Albir (2001) relativos a la traductología, los métodos, técnicas y errores de traducción. Como ha quedado reflejado, los idiomas y la traducción son una pieza clave para lograr el éxito de la comercialización. El presente estudio, más allá de describir los textos del vinagre, también busca plasmar la realidad traductora del sector. Por ello, partiremos de la definición de traductología de Hurtado Albir (2001, p. 25), que afirma que es la «disciplina que estudia la traducción; se trata, pues, de un saber sobre la práctica traductora. La traductología es una disciplina científica, que necesita, además, entablar relaciones con otras muchas disciplinas». Dentro de esta disciplina, se han desarrollado diversas líneas de investigación que pretenden subsanar los posibles problemas y dudas que surgen tanto del proceso como del producto, *v. g.* los métodos, las técnicas o los errores de traducción, en los que posteriormente profundizaremos más en estos conceptos.

Teniendo en cuenta que el estudio nace en el seno de la lengua de la vid y el vino, también implementaremos metodologías aplicadas o adaptadas para estos textos como las nociones sobre la traducción vitivinícola de Ibáñez Rodríguez (2017 y 2024b), los preceptos en torno a la nota de cata y la ficha técnica de López-Arroyo y Roberts (2014), Martínez Lanzán (2022), Moreno-Pérez y López-Arroyo (2023) y Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán (2023 y 2024) o la comparativa traductológica de Martínez Martínez (2023), entre otros. Del mismo modo, los textos que estudiaremos presentan una gran carga cultural y nos plantearemos los métodos y los conceptos de Molina Martínez (2006), González Pastor (2018) y Castellano Martínez (2021) para abordar la traducción de los culturemas y aquellas unidades que pueden plantear un problema traductológico.

#### **4.5. Instrumentos y herramientas**

Las herramientas e instrumentos que serán empleados a lo largo del estudio para completar la metodología y así conseguir datos cuantitativos e interpretaciones cualitativas serán ReCor, Sketch Engine y Tropes. ReCor es un *software* que mide objetiva y cuantitativamente la representatividad de un corpus mediante *tokens* y la cantidad de textos. Fue creada por Corpas Pastor y Seghiri Domínguez (2010) en el seno del grupo de investigación Lexytrad (2006). Será de gran utilidad para constatar la representatividad de nuestro corpus. En lo relativo a Sketch Engine (*s.f.*), se trata de un gestor de corpus y de terminología diseñado por Kilgarriff et al. (2014) que dispone de

un amplio número de recursos para el cribado terminológico y lexicológico, análisis fraseológico o análisis textual. Como última herramienta, emplearemos Tropes como analizador textual de nuestro corpus. Se trata de una aplicación que clasifica semánticamente los textos y brinda datos cuantitativos concernientes al nivel microtextual (Pascual Cabrerizo, 2016, p. 140). Como uno de los objetivos es representar y categorizar los matices del vinagre, generaremos un material multimodal utilizando el editor gráfico Adobe Illustrator (Adobe Inc., s. f.).

Pese a que estos son los fundamentos metodológicos sobre los que se sustenta la investigación, en cada punto se irá detallando paulatinamente la metodología concreta que se ha seguido con el fin de lograr los objetivos estipulados y dejar claras las pautas de cada caso.

## 5. ESTRUCTURA DE LA TESIS

La tesis se compone de seis bloques junto a tres anexos que comentaremos a continuación. El uso de los anexos se ha restringido a diversos capítulos de libros publicados o en prensa redactados por el investigador que pueden arrojar luz como hilo conductor de la obra en su totalidad, pero no forman parte del compendio que constituye esta tesis.

El primer y presente bloque, *I. Introducción*, expone la relevancia del vinagre dentro de España, la falta de estudios vinculados a la traducción y a la lingüística, un breve resumen de las metodologías empleadas y la enumeración de la hipótesis y objetivos específicos.

Tras este bloque introductorio, presentaremos y describiremos diacrónica y legalmente el producto “vinagre de vino” en *II. Contextualización*. Este a su vez se dividirá en el artículo «La naturaleza del vinagre: definición y usos médicos desde G. Alonso de Herrera (1513) hasta P. Pacottet y L. Guittoneau (1912)», publicado en 2024(b) en la revista *Panace@: Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*, y una recapitulación donde destacaremos los resultados y conclusiones más representativos. Esta publicación detalla cómo se ha definido y descrito en español, como lengua principal de la investigación, y en francés, lengua madre de la enología (Ibáñez Rodríguez, 2017, p. 22). Será la primera aproximación para definir qué es el vinagre y constituye un trazado diacrónico desde el siglo XVI hasta el siglo XX. Para retomar la definición hasta la actualidad y desde una perspectiva legal, incluimos el *VII. Anexo I. Vinagres con*

*D. O. P.: aspectos jurídicos en lo concerniente al etiquetado y su traducción.* Dicho anexo contiene un capítulo publicado en 2025(b) en la editorial Peter Lang dentro del monográfico *La escritura literaria y la escritura traducida*, coordinado por Carmen Cuellar Lázaro y Miguel Duro Moreno. Como resumen de ambos puntos, incluimos una recapitulación para delimitar la definición de estudio, sus usos y sus definiciones legales.

La contextualización dará pie al siguiente bloque, *III. Marco Teórico*, que se divide igualmente en dos puntos. El primero es «Semejanzas y diferencias en el vino y vinagre andaluz de calidad: análisis textual de la ficha técnica», que está en prensa (b) y verá la luz en 2026 en la revista *Bulletin Hispanique* en el volumen especial *Le vin dans le monde hispanique: langue, discours et représentations*. Esta investigación compara la ficha técnica de vino y de vinagre con sello de calidad diferenciada para destacar las posibles divergencias y similitudes. Asimismo, será el primer análisis textual específico de este género para el vinagre y servirá para conocer si pasados estudios para el vino son aplicables para el derivado acético. La segunda sección del bloque hará referencia al *VIII. Anexo II. El sabor de lo agrio: Análisis terminológico de la nota de cata del Vinagre D. O. P. Montilla-Moriles*, que incluye un capítulo con dicho nombre procedente del monográfico editado en 2024(a) en *Enotradulengua: nuevas y viejas formas de comunicar*, editado por Miguel Ibáñez Rodríguez y María Pascual Cabrerizo en la editorial Cilengua. Tanto el artículo como el anexo establecerán la fundamentación teórica en una recapitulación al estipular las características textuales de la ficha técnica y de la nota de cata como géneros al mismo tiempo que se presentará el proceso de cata y la terminología que envuelve dicha actividad.

En el *Anexo II* una de las principales conclusiones destaca que «la nota de cata presenta un rico tejido léxico representativo de las tres fases principales (vista, olfato y gusto) y [...] que] sería de primordial importancia extrapolar la hipótesis de partida a los vinagres en general, con y sin sello de calidad diferenciada» (Morales-Jiménez, 2024a, p. 291). Partiendo de esta nueva meta, se inicia el bloque *IV. Resultados y discusión*, en el que retomaremos las descripciones y las unidades empleadas para dicha labor. De igual modo, en el primer punto del bloque, *Introducción*, nos centraremos en presentar los criterios de selección del corpus compilado de vinagres con y sin sello de calidad para aplicar las metodologías explicadas en el cuarto punto del primer bloque. Esta compilación, llamada de aquí en adelante *AcetiCorpus*, aparece por primera vez en el capítulo en prensa (a) titulado *La rueda de los aromas del vinagre: la lingüística de*

*corpus al servicio de la enología*, que se ubica en el presente compendio en el IX. *Anexo III*. Se publicará en 2026 en el *monográfico Enfoques multidisciplinares de lengua, literatura y traducción especializada* de la editorial Peter Lang y estará editado por Carmen Aguilar Camacho y María del Mar Rivas Carmona. Este capítulo, de igual modo, manifiesta la importancia de contar con materiales que sirvan para la difusión del conocimiento vitivinícola. En concreto, hablamos de la rueda de los aromas y cómo la hemos creado gracias a la lingüística de corpus. Como continuación y para conocer si los descriptores pueden ser traducidos mediante un método literal, incluimos dos artículos que abordan la traducción de los aromas y de los culturemas mediante Inteligencia Artificial. El primero de ellos, «Aromas y vinagre: una aproximación a la traducción ES>EN de las percepciones aromáticas», publicado en la revista *Hikma: Revista de traducción* (2025a), analiza el derivado acético mediante el uso de un corpus paralelo y otro comparable de inglés estadounidense. Como resultado, se ofrece la traducción de la rueda de los aromas y la creación de una nueva según los vinagres de Estados Unidos. Finalmente, y para averiguar si las conclusiones de Paciaroni (2025) sobre las nuevas tecnologías y el vinagre de calidad se pueden corroborar para los vinagres españoles, empleamos diversos sistemas de traducción automática (Google Translate y DeepL) e Inteligencia Artificial (Chat GPT, Copilot y Gemini) para ver si eran capaces de adaptar culturemas en función del receptor. Este análisis verá la luz en la revista *Alfinge. Revista de filología* (en prensa-c) y se titula «Análisis de las técnicas de traducción y adaptación de culturemas en el vinagre D. O. P. español mediante IA y TAN». A modo de resumen, completaremos el bloque con un punto *4.Recapitulaciones* para reunir los resultados y conclusiones obtenidos de los tres estudios.

El bloque V arrojará luz sobre las diversas conclusiones obtenidas de esta labor investigadora al mismo tiempo que mostrará si la hipótesis de partida y los objetivos han sido logrados. Como se indicó en un inicio, este trabajo pretende ser el precursor de una serie de futuros estudios que abrirán una nueva línea de investigación en el seno de GIRTraduvino con la colaboración de la asociación de Amigos del Vino y del Vinagre (VINA VIN). Por dicho motivo, estipularemos futuras continuaciones para continuar el desarrollo del vinagre desde el ámbito humanístico. Después de este bloque, se incluye la relación de referencias bibliográficas y de los corpus estudiados.

A modo de resumen, incluimos a continuación un listado de las referencias que forman parte del compendio (destacadas en negrita) o que han sido mencionadas (ya sean

los diversos anexos o el artículo precursor que se ha descrito en el punto 2.2.) para clarificar las diversas publicaciones de Morales-Jiménez:

- Morales-Jiménez, J. P. (2024a). El Sabor de lo agrio: Análisis terminológico de la nota de cata del Vinagre D. O. P. Montilla-Moriles. En M. Ibáñez Rodríguez y M. Pascual Cabrerizo (eds), *Enotradulengua: Nuevas y viejas formas de comunicar* (pp. 277-294). Cilengua, Fundación San Millán de la Cogolla.
- **Morales-Jiménez, J. P. (2024b). La naturaleza del vinagre: Definición y usos médicos desde G. Alonso de Herrera (1513) hasta P. Pacottet y L. Guittoneau (1912). *Panacea@*, 25(60), 40-51. [https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25\\_60\\_07\\_Tribuna\\_MoralesJimenez.pdf](https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25_60_07_Tribuna_MoralesJimenez.pdf)**
- Morales-Jiménez, J. P. (2024c). La terminología y los culturemas del vinagre Denominación de Origen Protegida Montilla-Moriles: La ficha técnica. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 42, 131-150. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26953>
- **Morales-Jiménez, J. P. (2025a). Aromas y vinagre: Una aproximación a la traducción ES>EN de las percepciones aromáticas. *Hikma: Revista de Traducción*, 24, 1-31. <https://doi.org/10.21071/hikma.v24i1.17728>**
- Morales-Jiménez, J. P. (2025b). Vinagres con D. O. P. aspectos jurídicos en lo concerniente al etiquetado y su traducción. En C. Cuéllar Lázaro y M. Duro Moreno (coords.), *La escritura literaria y la escritura traducida* (pp. 305-324). Peter Lang.
- Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-a). La rueda de los aromas del vinagre: la lingüística de corpus al servicio de la enología. En C. Aguilar Camacho y M. M. Rivas Carmona (coords), *Enfoques multidisciplinares de lengua, literatura y traducción especializada*. Peter Lang.
- **Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-b). Semejanzas y diferencias en el vino y vinagre andaluz de calidad: análisis textual de la ficha técnica. *Bulletin Hispanique*.**
- **Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-c). Análisis de las técnicas de traducción y adaptación de culturemas en el vinagre D. O. P. español mediante IA y TAN. *Alfinge: Revista de filología*, 37.**

La finalidad del presente estudio es ayudar al sector vinagrero desde la lingüística y desde la traducción. Como paso inicial y como se verá a lo largo de todo el proyecto, se ha colaborado con la asociación VINA VIN como respaldo enológico y químico de la presente investigación. Esto generó diversos frutos, como el diseño de la rueda de los aromas del vinagre o la participación como ponente plenario invitado en el I Congreso Profesional del Vinagre, celebrado en Córdoba el 11 y 12 de junio de 2025. Fue la única ponencia de la rama de las humanidades del congreso y se subrayó la importancia de la comunicación y de la traducción para el vinagre.



## **II. CONTEXTUALIZACIÓN**

## INTRODUCCIÓN

Uno de los primeros aspectos que debemos plantear y desarrollar es el significado de “vinagre”. El uso de un léxico común sistematiza una lengua y plasma la realidad

porque en [él el léxico] reside gran parte del significado de la oración o del enunciado comunicativo [...]. Una lengua no puede concebirse —y ese es un principio universal— sin unas unidades de referencia a la realidad, que son las palabras (Cabré i Castellví, 1999) (Gómez González-Jover, 2007, p. 27).

Cabré i Castellví (1999, pp. 41-45) no concibe una comunidad con una comunicación útil sin una lengua natural propia y sistematizada con una terminología que permita la comunicación en todos los niveles de especialización sin coartar la libertad de expresión por falta de conceptos. Por dicho motivo, la terminología para ella (Cabré i Castellví, 1999, pp. 41-45) cumple una doble función representativa: 1. representar el conocimiento especializado y su transferencia y 2. transmitir el saber experto entre especialistas. Esta disciplina cumple por igual una doble función de transmisión: 1. comunicación directa (entre especialistas para expresar el conocimiento experto) y 2. comunicación indirecta (mediación comunicativa). Esta reflexión coincide con la división establecida por Roldán Vendrell (2014, p. 1), en la que se enfatiza el carácter especializado de la comunicación emitida por un experto:

Dependiendo de a quién se dirige el especialista, existen fundamentalmente dos variedades de discurso especializado, que denominaré científico y divulgativo respectivamente. Los especialistas utilizan el discurso especializado científico para dirigirse a colegas, es decir, a iguales; en cambio, el discurso especializado divulgativo va dirigido a un público más amplio con respecto al cual el científico está situado en una posición de superioridad en lo relativo a sus conocimientos en la materia, por lo que debe adaptar su lenguaje al nivel de conocimientos más básico que presume en su audiencia. En ambos casos nos encontramos, no obstante, ante lenguajes especializados, desde el punto de vista de la materia tratada.

Tanto si el destinatario es un lego como un experto, este intercambio comunicativo debe ser exitoso y completo. Por esto, la serie de artículos y publicaciones aquí expuestas profundizará en ambos tipos de funciones de transmisión de Cabré i Castellví (1999) para ver si la comunicación es exitosa en todos los posibles interlocutores. La relevancia de saber si los textos analizados cumplen su función, más allá de categorizarlos o describirlos, radica en conocer un enunciado en su contexto social y cómo se interrelacionan estos factores (Carbonell i Cortés, 1999, p. 158).

En el caso del vinagre, hemos visto cómo la ciencia sí ha plasmado y aunado todos los conceptos que participan en la acetificación del vino. Dado que aún no hemos

destinado un epígrafe para definir y contextualizar el término “vinagre”, destinaremos el presente punto a representar la evolución y la definición de este concepto. Analizaremos la comunicación entre expertos presente en los tratados, puesto que, según Cabré i Castellví (1999), es directa al tener un tenor simétrico y formal y presentar unas características científico-técnicas concretas. A modo de ejemplo, una comunicación directa actual para el vinagre es el siguiente fragmento, que puede resultar complejo y críptico para un lego:

El vinagre es, esencialmente, un producto en el cual el **ácido acético** es el ingrediente principal. Pero muchos otros componentes importantes (**acetoína, alcoholes, ésteres, etc.**), que influyen sobre su calidad, se forman durante el proceso general de la **fermentación acética** (Guzmán Chozas, 1998, p. XVII)

La comunicación es exitosa, ya que cumple su *skopos* y el emisor ha empleado terminología propia de una disciplina (destacados en negrita) para desarrollar su descripción. Se trata de una comunicación directa redactada desde la objetividad de una ciencia empírica. No obstante, este rasgo no siempre se ha cumplido y es lo que demostramos en el presente bloque. Cabe recordar que la lengua de la vid y el vino alude a la interdisciplinariedad y a la hibridación conceptual. Por dicho motivo, el vinagre puede aparecer tanto en tratados médicos como en paremias en narrativa. Paulatinamente, iremos describiendo y estudiando el término “vinagre” desde diferentes prismas, puesto que esto nos brindará una definición completa y poliédrica. Otro motivo por el cual analizaremos la definición y las unidades léxicas especializadas (ULE) empleadas para el vinagre en un texto científico-técnico por su objetividad y por contar con un discurso especializado escrito por y para expertos. Dicho discurso científico-técnico es el “tratado”, que consiste en

textos técnicos que exponen, con cierto rigor y de manera ordenada y objetiva, un conjunto de conocimientos relativos a las variedades de vid, su descripción y su clasificación. Si es así, aunque no lleven el nombre de tratado en el título, también incluimos en nuestro corpus textos que se llaman «libro», «obra», «memoria», «disertación» y «ensayo» (Ibáñez Rodríguez, 2024b, p. 144).

Este texto objetivo generado por y para expertos no debería contar con ninguna connotación ante los objetos que describen. No obstante, culturalmente el significante “vinagre” cuenta con un punto de vista negativo, visible en fraseología como «aún no es vino y ya es vinagre», «pregona vino y vende vinagre» o «nunca del vinagre se hizo vino ni el amigo que se torció volvió a ser amigo» (Forgas Berdet, 1996, p. 476). De acuerdo con Enjuto Martín (2022, p. 255), la fraseología es

una magnífica vía para conocer y comprender la forma de razonar, ser y quehacer de las personas, son construcciones que se han fijado en el memoria colectiva e individual y en el habla común, formando parte del acervo sociocultural de nuestra comunidad lingüística.

Por consiguiente, esas paremias presentan a nuestro objeto de estudio como algo negativo. En el presente punto describiremos diacrónicamente el concepto “vinagre” para conocer si estos textos lo retratan con esta mirada negativa y, por ende, dicha connotación ha calado en los tratados científico-técnicos vitivinícolas desde los inicios de la humanidad hasta el siglo XX. Para ello, en esta primera aproximación tomaremos la lengua de partida del estudio, el español, junto a la otra lengua relevante de la vitivinicultura, el francés. En el caso de que hubiera traducciones, también haremos hincapié en analizar la propuesta y si la perspectiva ofrecida en el texto origen se mantiene.

Dado que la ciencia ha evolucionado desde el siglo XX, haremos mención en las recapitulaciones al *Anexo I. Vinagres con D. O. P.: aspectos jurídicos en lo concerniente al etiquetado y su traducción*, capítulo publicado en Peter Lang (Morales-Jiménez, 2025b) y que no forma parte del compendio. En este documento, retomamos el otro ángulo especializado, pero desde otra perspectiva: el discurso jurídico. Más allá de conocer la definición legal del vinagre de vino y sus variantes, dicha publicación reflejará por primera vez las limitaciones de la traducción del sector en la actualidad.

**1. LA NATURALEZA DEL VINAGRE: DEFINICIÓN Y USOS MÉDICOS DESDE G. ALONSO DE HERRERA (1513) HASTA P. PACOTTET Y L. GUITTONEAU (1912) – PANACE@: REVISTA DE MEDICINA, LENGUAJE Y TRADUCCIÓN (2024B).**

**RESUMEN**

El vinagre ha quedado constatado como elemento indispensable en nuestra gastronomía, botica o cultivos en los tratados que han transmitido los conocimientos vitivinícolas. Por dicho motivo, nos propusimos reunir la evolución de los usos del vinagre en los textos alojados en ENOCORP. Para ello, hemos analizado la presencia y la evolución diacrónica del concepto vinagre según los periodos determinados por E. Peynaud (1988). Asimismo, hemos extraído cómo se ha definido y hemos comprobado si predominaba una connotación negativa o positiva. En resumen, se ha evidenciado su uso como agente biosanitario y una evolución en el abandono de su concepción como enfermedad del vino.

**ABSTRACT**

Vinegar has been confirmed as a key ingredient in our gastronomy, health, and agriculture in the treatises that have conveyed knowledge of winemaking. For this reason, we sought to explore the evolution of the use of vinegar in the texts in ENOCORP. The presence and diachronic evolution of the concept of 'vinegar' were analysed with reference to the periods identified by E. Peynaud (1988). We also extracted different definitions and compared them on the grounds of their positive or negative connotation. In summary, this article demonstrates the use of vinegar as a sanitary agent and the shift away from its conception as a wine disease.

**DISPONIBLE EN:** [https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25\\_60\\_07\\_Tribuna\\_MoralesJimenez.pdf](https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25_60_07_Tribuna_MoralesJimenez.pdf)

## 2. RECAPITULACIONES

El desarrollo de las ciencias ha favorecido que el vinagre reduzca esa lacra que siempre ha estado presente tras su elaboración. El desconocimiento de las primeras civilizaciones sobre el método científico o la falta de técnicas avanzadas atribuyeron el apelativo de “enfermedad” o “desperfecto” a este condimento. Este hecho es visible en las diversas paremias mencionadas en el artículo incluido o en la siguiente viñeta cómica extraída de Humtext (Repede, 2025) y que pertenece a la revista *The Passing Show* de 1930.



Ilustración 3. Viñeta cómica con el vinagre con una connotación negativa. Fuente: Humtext (Repede, 2025)

Más allá de la evidencia demostrada de la concepción negativa, es necesario profundizar en su significado y en su etimología para lograr describirlo objetivamente. Ya Lucrecio (siglo I [1984], pp. 334-335) en *De Rerum Natura*, discernía cómo se habían formado y difundido las palabras

enseñó al hombre la Naturaleza  
las varias inflexiones de la lengua,  
y la necesidad nombró las cosas.  
Así como los niños en la infancia  
por no poder darse a entender, acuden  
a los gestos y muestran con el dedo  
los objetos presentes, cada uno  
siente en sí mismo aquellas facultades  
que puede usar [...].  
Por lo tanto, creer que un hombre entonces

a las cosas dio nombre; que los otros  
dél aprendieron los vocablos nuevos,  
es mucha necesidad; ¿cómo ha podido  
llamar a cada cosa por su nombre,  
y los varios sonidos del lenguaje  
él solo producir, al tiempo que otros  
no pudieron hacer la misma cosa?  
Porque además, si no habían usado  
los demás entre sí de las palabras  
¿cómo es que conocían sus ventajas?

Y ¿de qué modo el inventor se ha dado  
a entender a los otros, y ha podido  
hacer que ellos abracen su proyecto?  
Reducir no podía un hombre solo  
a tanta multitud, y precisarla

a que tan varios nombres aprendiese;  
no podía enseñarlos: imposible  
era que hubiesen ellos aguantado  
les majase más tiempo las orejas  
con aquel ruido vano de sonido.

Dicha necesidad que nombró las cosas nos remonta a la etimología, que nos permite discernir el contenido de los significantes y profundizar en los pensamientos de la humanidad ante la nueva realidad, al igual que sucede con la fraseología y las paremias. El origen de la palabra ya retrata dicha connotación negativa al originarse de “vino agrio” y, como se ha representado en el artículo anterior, no fue hasta el desarrollo de la ciencia enológica cuando se dejó de criminalizar al producto en vez de a la bacteria y las condiciones que detonan el proceso.

El punto anterior recoge la primera aproximación al concepto “vinagre de vino”, por un lado, con un carácter diacrónico y lingüístico para este derivado y, por otro lado, con una perspectiva de la historia de la traducción. La importancia de plasmar el conocimiento vitivinícola ligado al vinagre como primer acercamiento al producto radica en justificar el motivo por el cual cuenta con esta perspectiva negativa. Comprender la historia de un artículo en cuestión y de su traducción nos permite saber, en palabras de Lépinette (1997, p. 11), los vínculos con nuestra cultura:

Quería, así, mostrar, de forma secundaria, que la historia de la traducción constituía, al mismo tiempo que un terreno por explorar sistemáticamente, un campo altamente interesante desde la óptica del conocimiento de nuestras relaciones culturales con los demás países y también del conocimiento de nuestra propia cultura.

A modo de resumen (Morales-Jiménez, 2024b), la literatura científica no ha dedicado monográficos ni tratados al vinagre antes del siglo XIX como sí lo han hecho para el vino y, en aquellos en los que aparecía, siempre iba ligado a los apelativos de enfermedad o derivado. En lo relativo a la traducción, no hemos encontrado una gran cantidad de textos que hayan pasado por dicho proceso y esto conlleva que no haya habido una transmisión exitosa del conocimiento.

A pesar de la negatividad que acompaña a la concepción del vinagre, siempre ha sido de gran valor en el hogar, boticas, industria o agricultura. Gracias a la investigación química, estos beneficios se comenzaron a entender y, por ello, se mejoró el proceso. El análisis químico encontró que la bacteria que iniciaba la acetificación al contacto con el oxígeno era la *Mycorderma aceti* (Gibson, 2018, pp. 114-115), lo que ha permitido diferenciar entre el producto y los microorganismos que forman parte del proceso. Debido a esta distinción, contamos con una definición objetiva que posiciona al vinagre como un

ente propio que no procede de una enfermedad del vino. Según el Real Decreto 661/2012, de 13 de abril, por el que se establece la norma de calidad para la elaboración y la comercialización de los vinagres (Ministerio de Presidencia, 2012), el vinagre en general es «el líquido apto para el consumo humano resultante de la doble fermentación alcohólica y acética de productos de origen agrario» y, en concreto, el de vino hace referencia a «producto obtenido exclusivamente por fermentación acética del vino». Asimismo, en el Artículo 3 (Ministerio de Presidencia, 2012) también se describe otra categoría, el vinagre balsámico:

Es el producto obtenido por adición de mosto de uva, mosto de uva concentrado o mosto de uva concentrado rectificado al vinagre de vino, dando lugar a un vinagre dulce, con un contenido mínimo de azúcar total de 150 g/l, procedente exclusivamente de los mostos indicados.

Esta serie de aclaraciones servirá de definición de partida para todo el presente estudio. A pesar de los diferentes tipos que se pueden obtener, de acuerdo con el Artículo 8, para poder denominarse “vinagre”, estos deben contar con las siguientes características:

- a) Un contenido de C14 correspondiente a su origen biológico.
- b) Un contenido de metanol que no exceda de 0,5 g/l.
- c) Acidez total, expresada en gramos de ácido acético por litro.  
Vinagre de vino: Mínimo 60 g/l.  
Otros vinagres: Mínimo 50 g/l.
- d) Alcohol residual.  
Vinagre de vino: Máximo 1,5 por 100 V/V.  
Otros vinagres: Máximo 0,5 por 100 V/V.  
Como excepción, el alcohol residual máximo de los vinagres con denominación de origen protegida (DOP) o indicación geográfica protegida (IGP) será el que se establezca en el correspondiente pliego de condiciones, una vez la DOP o IGP quede inscrita en el Registro Comunitario, o en caso de no estar aún inscrita, tenga protección nacional transitoria.
- e) Extracto seco.  
Vinagre de vino: Mínimo 1,2 g/l y grado de ácido acético.
- f) Acetoína.  
Vinagre de vino: Mínimo 30 mg/l

Todas estas peculiaridades vienen recogidas en el *Anexo VII* (Morales-Jiménez, 2025b) junto a la reflexión de conocer los diversos consejos reguladores y sus regulaciones. Este organismo consiste en una «[€]corporación de derecho público que tiene como función el gobierno y la administración de una denominación de origen protegida» (RAE, 2025). En España es de gran importancia, puesto que contamos con el 50 % de los sellos de calidad diferenciada para el vinagre de la Unión Europea; es decir, existen seis sellos y tres están en nuestro país y, en particular en Andalucía: D. O. P.

Vinagre de Montilla-Moriles, D. O. P. Vinagre de Jerez, D. O. P. Vinagre del Condado de Huelva.



Ilustración 4. Mapa de los vinagres con Denominación de Origen Protegida de España. Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2014)

El resto de sellos de la Unión Europea se ubican en Italia y son los siguientes aquí recogidos: I. G. P. Aceto balsamico di Modena, D. O. P. Aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia y D. O. P. Aceto balsamico tradizionale di Modena.

Contar con un sello de calidad diferenciada como la Denominación de Origen Protegida le confiere tanto a la bodega como a los productos un distintivo único de una región en particular que certifica una tradición, cuidado y calidad. De acuerdo con MAPA (s. f.), este sello hace referencia a:

nombre que identifica un producto cuya calidad o características se deben, fundamental o exclusivamente, al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya obtención de su materia prima, producción, transformación y elaboración se realizan siempre en esa zona geográfica delimitada de la que toman el nombre

Esta calidad resulta de gran atractivo para la comercialización nacional e internacional y, para ello, es necesario que la traducción ejerza su función como puente mediador. No obstante, tal y como afirmaban Ibáñez Rodríguez et al. (2010, p. 13) hace más de una década, existe una contradicción entre la relevancia de la comunicación

multilingüe y la demanda de servicios. Esto se debe a que «habitualmente [queda] cubierta por alguien de la casa con conocimientos de idiomas y solo para ciertos géneros o ante determinadas situaciones, se recurre a los servicios de un profesional» (Ibáñez Rodríguez et al., 2010, p. 13).

Si retomamos los análisis de las traducciones ofrecidas, vemos cómo en Morales-Jiménez (2024c) las fichas técnicas traducidas eran limitadas y, en su amplia mayoría, al inglés. Los términos incluidos no presentaban complicación al ser afines a la lengua de la vid y el vino, más allá de los culturemas que se trasladaron mediante préstamos crudos. En Morales-Jiménez (2024b) los tratados traducidos son limitados, presentan un método literal y son fieles al original. Finalmente, en Morales-Jiménez (2025b), las conclusiones sobre el etiquetado apuntan a una falta de traducción de los productos estudiados. Solo unas pocas etiquetas, en su mayoría pertenecientes a la D. O. P. Vinagres de Jerez, presentan textos en inglés o en formato bilingüe: «la cantidad de productos traducidos y adaptados a la exportación es limitada al igual que [lo es] la falta de material lexicológico específico» (Morales-Jiménez, 2025b, p. 319). Por dicho motivo, el par de idiomas de análisis de todo el proyecto será el español y el inglés, dada la falta de textos metas en otras lenguas.

Toda esta contextualización nos conduce a retomar la hipótesis de partida y cuestionarnos si el prisma negativo con el que carga un artículo de calidad condiciona su adaptación al comercio exterior y a la generación de textos en otros idiomas. Hemos visto cómo la comunicación directa entre expertos dispone paulatinamente el vinagre desde una lente más objetiva que en el pasado mediante el empleo de la terminología. En posteriores bloques abordaremos si la comunicación indirecta o mediación lingüística es adecuada y exalta las cualidades del vinagre más que las debilidades.

### **III. MARCO TEÓRICO**

## INTRODUCCIÓN

Las lenguas de especialidad se configuran como un canal diseñado, empleado y modelado por los expertos de un área delimitada, como los «propósitos comunicativos de su ámbito y con la estructura, el uso y las convenciones de los géneros textuales» (Marimón Llorca y Santamaría Pérez, 2006, p. 127). No obstante, este conocimiento especializado no solo pertenece a expertos ni el discurso especializado cumple las funciones clásicas, ya sea por los avances o por el afán de transferirlo. Claro ejemplo de ello son algunos de los géneros que Pascual Cabrerizo (2024, p. 434) destaca y que sobrepasan los niveles formales del discurso especializado, como los artículos divulgativos, los juegos o las guías de vinos. No obstante, todos ellos comparten dicha lengua de especialidad porque está

[E]nstituida por un conjunto de conocimientos morfológicos, léxicos, sintácticos y textuales que conforman el conjunto de recursos expresivos y comunicativos que necesitan los especialistas en una materia para desenvolverse de forma adecuada en el contexto profesional de una especialidad (Marimón Llorca y Santamaría Pérez, 2006, p. 128).

La especialidad temática en este caso es el dominio vitivinícola y, como ha quedado estipulado en el primer bloque, el vinagre cumple dichos requisitos y forma parte de la lengua de la vid y el vino. Bajo el paraguas de este constructo, se incluyen diversos actos comunicativos contextualizados en un entorno concreto, con unos emisores determinados y unos rasgos textuales específicos. Dentro de ellos, nos centraremos en la noción de género textual “ficha técnica” para usarlo como «herramienta de análisis de las situaciones sociales en las que se produce la comunicación especializada [... al entender] el género como expresión tangible de las convenciones sociales textuales y contextuales contenidas en los textos representativos de determinados ámbitos socio-profesionales» (García Izquierdo, 2006, p. 122). Ya hemos mencionado los principales rasgos de investigaciones centradas en el vino, pero no hemos indagado en si dicho género cambia al ser otro producto. Partimos de la premisa de que existen divergencias derivadas de aspectos macro y microtextuales, al igual que contamos con conclusiones de otras investigaciones que comparan la ficha técnica de vino y aceite. López Arroyo y Sanz Valdivieso (2022b, p. 227) concluyen tras compilar un corpus de notas de cata de vino y aceite de oliva que existen similitudes en estructuras retóricas, patrones, registros, empleo de terminología y fraseología. Asimismo, encuentran diferencias en los emisores, siendo los del aceite menos “estratificados” y “fijados” que en el caso del vino.

En este bloque, queremos satisfacer tres objetivos: (1) conocer si los rasgos textuales difieren entre el vino y el vinagre de calidad españoles; (2) representar por primera vez las peculiaridades de la ficha técnica de vinagre siguiendo un modelo de análisis y (3) averiguar si la connotación negativa sigue presente en estos textos. De igual modo, el Anexo II, fuera del compendio, establecerá un vínculo con la nota de cata de vino y fijaremos los puntos en común con la bebida alcohólica siguiendo los criterios marcados por Peynaud (1987) o Martínez Lanzán (2022). Estos proyectos establecerán un marco teórico y justificarán la necesidad de continuar analizando lingüísticamente los textos producidos para el vinagre de vino.

**I. SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS EN EL VINO Y VINAGRE ANDALUZ DE CALIDAD: ANÁLISIS TEXTUAL DE LA FICHA TÉCNICA - *BULLETIN HISPANIQUE (EN PRENSA-B)***

**RESUMEN**

El vinagre es un derivado acético que no siempre se representa adecuadamente en los textos. Por eso, analizamos extra e intratextualmente las fichas técnicas de los productos D. O. P. españoles de vino y vinagre para conocer sus características y poder compararlas. Existen diferencias relevantes, pero las semejanzas son mayores, lo cual favorece la comercialización y la comprensión del receptor.

**ABSTRACT**

Vinegar is an acetic derivation that is often inadequately represented in texts. To address this issue, we analyzed extra and intratextually the technical sheets of the Spanish PDO wine and vinegar products to find the characteristics and to compare them. The text highlights relevant differences, but the similarities are greater, improving marketing and the readers' comprehension.

**DOI:** no disponible

## 2. RECAPITULACIONES

Las conclusiones aquí expuestas han evidenciado más que una diferencia sustancial en los rasgos extra e intratextuales, la necesidad de mejora en la redacción de texto para equipararlo al vino. Aunque hemos abordado una pequeña muestra debido a la falta de textos similares para los tres sellos, hemos observado cómo no se ha aprovechado la ventaja competitiva que le ofrece la certificación y las diferencias principales con el vino. Textualmente, las similitudes predominan ante las divergencias y, en aquellos casos en los que hay diferencias, se originan por la falta de descripción y la falta de persuasión de los textos. Se ratifican las conclusiones extraídas por López Arroyo y Sanz Valdivieso (2022b); el género textual “ficha técnica” cuenta con una estructura y comparte unos rasgos concretos compartidos indiferentemente del producto que describa. No obstante, la creatividad, el tipo de emisor y las peculiaridades del producto resultan pertinentes para marcar las diferencias.

Estos rasgos y disparidades nos llevan a preguntarnos si esto influye en la traducción y en la comunicación indirecta de Cabré i Castellví (1999). Dicha comunicación, también conocida como mediación comunicativa, cuenta con una función de transferencia para la transmisión del conocimiento especializado a un público diferente al experto. Tal como se ha plasmado, la ficha técnica está destinada tanto a expertos del sector vitivinícola como a legos con un interés comercial. El hecho de que el estilo empleado para el vinagre sea menos persuasivo, menos descriptivo y más enumerativo hace que sea menos atractivo para el cliente. A este factor cabe sumarle la culturalidad de los textos, que dificulta la comprensión de un lego en la misma lengua y el versado a otro idioma o cultura. Estas reflexiones dan lugar, primero, a cuestionarse si la comunicación indirecta es fructífera y si los descriptores empleados están sistematizados y son comprensibles y, segundo, a examinar críticamente la traducción de los textos y de los elementos culturales.

Para la redacción de esta ficha o de la nota de cata, contar con un bagaje gustativo y olfativo basado en experiencias reales facilita que se entiendan o comprendan los alimentos o bebidas desconocidos procedentes de otras culturas y que estemos más receptivos a adentrarnos en esa cultura (Fukutome y Harada, 2018, p. 867). No obstante, describir y definir un producto por la vista, el olfato y el gusto no siempre resulta sencillo, ya sea porque no cuenta con una descripción prototípica, porque exista una graduación

en los apelativos o porque sea difusa la frontera entre un matiz u otro (Amoretti y Frixione, 2020, pp. 480-481). Muestra de ello puede ser un vinagre balsámico: prototípicamente se caracteriza por contar con un color tostado, pero también existen balsámicos con tonos amarillentos o pajizos. Esto no significa que uno con tonos tostados sea mejor o que la utilización del significante “tostado” represente el mismo punto de la escala cromática para todos los usuarios. Por dicho motivo, surge una gran cantidad de descriptores que se originan en la lengua general y que tratan de acentuar la distinción entre productos con el fin de marcar la diferencia y así resultar más interesantes al comprador. No obstante, la gran diversidad de volátiles y de componentes de los que se compone el vino, y en nuestro caso el vinagre, provoca dicha complejidad que nace de la interacción de la persona que cata y de los diversos atributos que estimulan los sentidos (Parr et al., 2011, p. 647).

Esto supone que no todos los receptores sean capaces de percibir los matices por igual y la armonización de una relación de descriptores más frecuentes es de gran ayuda. En el caso del vino, sí existe una sistematización más rigurosa (López Arroyo y Roberts, 2015) y sus consecuentes análisis traductológicos como el de López-Arroyo y Roberts (2014) o Martínez Lanzán (2022). En el Anexo II, que contiene la publicación Morales-Jiménez (2024a), reflejamos cómo es el proceso de la cata para el vinagre y concretamos el género “nota de cata” junto a los descriptores encontrados en los vinagres D. O. P. Montilla-Moriles. Este género, que cumple una triple función al informar, apelar a su compra y emplear un discurso cuidado (Martínez Martínez, 2020, p. 232), se introduce en numerosas ocasiones dentro de las fichas técnicas. Se trata de un elemento descriptivo generado

Tanto [por] especializados (enólogos y catadores profesionales), como [por] no especializados (legos o semiexpertos, es decir, catadores aficionados). El destinatario podrá ser especialista o no especialista (consumidores aficionados que adquieren vino en las bodegas o supermercados, usuarios de foros virtuales o aprendientes en cursos de cata de vino o de sumillería) (Luque Janodet, 2021, p. 209).

La estructura del proceso de cata y del género coincide con la del vino, es decir, se inicia con una fase visual y se continúa con la olfativa y la visual (Márquez Ortega, 2020, pp. 102-103). Dado que el sabor es más agresivo que el del vino, la cata de vinagre no se realiza normalmente con una copa, sino que

se [te] puede catar de dos formas, con una cuchara blanca, preferentemente de cerámica, o pipeta transparente, en las que si bien no se expresan tanto los aromas, se

puede servir una buena medida del vinagre para probar bien en boca (Márquez Ortega, 2020, pp. 72-73).

Sensorialmente sí se hallan diferencias sustanciales, ya que en el vinagre predomina el aroma del ácido acético que «tiende a enmascarar el resto de los aromas y se precisa cierta familiarización con el producto para proceder a su cata» (Márquez Ortega, 2020, pp. 71-72). Textualmente, hemos observado cómo los matices son frecuentes y las percepciones olfativas predominan frente a las visuales o gustativas (Morales-Jiménez, 2024a). En comparación con el vino, existen familias aromáticas que no aparecen representadas como la animal, la mineral o los lácteos, siendo una de las principales diferencias olfativas (Márquez Ortega, 2020, pp. 71-72). A pesar de la limitada muestra de textos, textual y terminológicamente hemos visto cómo los vinagres amparados bajo un sello de calidad diferenciada cuentan con un vasto caudal léxico y rica variedad textual que requiere su equiparación con otros productos como el vino o el aceite de oliva. Dentro de la riqueza textual, existe un predominio de la fase olfativa, ya sea por la presencia de los aromas o porque las otras fases presentan una terminología más sistematizada.

Hemos plasmado cómo la ciencia sí ha mostrado dicha mejoría paulatina en la visión desde las primeras investigaciones hasta el siglo XX. Sin embargo, no conocemos si el receptor del género textual estudiado, la ficha técnica, lo percibe desde la objetividad o si conoce el perfil sensorial que puede tener. Y, finalmente, tampoco sabemos si la mediación comunicativa entre expertos y público general es satisfactoria. Por dicho motivo, analizaremos en primera instancia las unidades léxicas especializadas del vinagre junto a su traducción para plasmar el manantial léxico y la presencia de la cultura para presentar las posibles limitaciones al acceso al saber hacer vitivinícola. Tras ello, profundizaremos en cómo mejorar dichas carencias, mejorando la redacción o diseñando una rueda de los aromas.



## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## INTRODUCCIÓN

A lo largo de todo el trabajo han ido surgiendo diversas dudas que requerían un abordaje en profundidad; en primer lugar, queríamos conocer si la connotación negativa con la que carga el vinagre condiciona su adaptación al comercio exterior y a la generación de textos en otros idiomas y, en segundo lugar, cuáles son los descriptores y las dificultades que se pueden encontrar un lego o un traductor al trabajar con ellos. En el presente bloque, resolveremos dichas cuestiones mediante el análisis de los textos a través de la óptica de la lingüística de corpus, tomando como pilares de referencia las diversas teorías mencionadas previamente.

Hemos analizado la ficha técnica del vinagre desde una perspectiva terminológica, traductológica y textual. Desde este último prisma, hemos conocido que cumple una triple función (informar mediante el gran número de descriptores y la información de elaboración o acetificación; persuadir gracias a los recursos estilísticos y emplear discursos cuidados), pero que no siempre es satisfecha por la falta de descripciones. Esto provoca el fracaso de la comunicación y, por lo tanto, que no se consiga. De acuerdo con la gramática sistémico funcional, un acto comunicativo pretende cumplir una función concreta y su configuración se ha ideado en torno a dicha finalidad (García Velasco, 2003, p. 51):

Todo texto, es decir, todo lo que se dice o se escribe, se desarrolla en un contexto de uso; más aún, son los usos del lenguaje los que a través de miles de generaciones han dado forma al sistema. El lenguaje ha evolucionado para satisfacer necesidades humanas y el modelo en el que se organiza es funcional con relación a las necesidades; no es arbitrario

Si esas funciones o la finalidad para la que se ha ideado la ficha técnica no se cumplen, estamos ante una comunicación fallida e innecesaria. Algunos de los casos observados presentan estas limitaciones textuales que requieren una mejora textual y estilística.

Como se ha destacado en el bloque anterior, una menor descripción originaba una mayor densidad terminológica y una mayor opacidad del texto. Es en este contexto concreto en el que se encuadran todos los descriptores mencionados con anterioridad en el segundo anexo. Los descriptores son unidades léxicas empleadas para sintetizar un rasgo del producto al que aluden. La elección entre uno y otro radica en la subjetividad cuando un catador evoca a lo que dicho matiz le recuerda. Lingüísticamente, son unidades terminologizadas al ampliar el significado general con un uso especializado (López-

Arroyo y Roberts, 2015, p. 298). Dado que en algunos casos estas unidades son de difícil comprensión si no se cuenta con un conocimiento del sector, es necesario que los textos se adecuen y que se generen materiales que faciliten el acceso a la información. Es en este marco en el que cobran relevancia el empleo de diversos códigos o materiales multimodales con una doble finalidad: (1) «incentivar al receptor» y (2) «reforzar parte de la información enunciada mediante elementos gráficos y visuales» (Jurado Muñoz y Ramírez Almansa, 2025, p. 180).

En relación con la problemática que aquí nos concierne, el vinagre y la difusión de la terminología empleada para la nota de cata, hemos decidido orientar la investigación hacia la generación de un material multimodal muy empleado en el sector llamado la rueda de los aromas. Se trata de una herramienta que se utiliza para instruir en la cata o para evaluar un producto y consiste en un diseño que aúna tanto el código visual como el escrito; en un círculo concéntrico con diversas secciones se disponen las distintas familias aromáticas y aromas que están presentes en los productos, siendo el círculo central el más general y, el más específico, el exterior. Lingüísticamente, es un medio para compartir las experiencias sensoriales y sistematizar el léxico, puesto que la evaluación de un producto es compleja tanto para expertos como para legos. No existe un producto igual que otro y, como constatan Caballero et al. (2019, pp. 32-33) para el vino, esto se traduce en que sensorialmente los matices sean infinitos y diversos:

there are more aroma-product descriptors than descriptors of any other sensory product. This is because in wine appreciation, aromas are a key element in hedonistic approaches to wine. Much of the pleasure we derive from wine tasting comes from the realization that a well-matured bottle of wine, served at the right temperature from the right glass, can offer an incredible array of aromas that is like nothing else in the world, even in the world of wine. That properly handled grape juice should contain the potential to develop such an incredible wealth of olfactory stimuli is little short of miraculous, and it makes us experience apparently similar grape varieties as more different from one another than meat from fish. Here is where the holistic approach to wine appreciation reaches its peak: the number of variables is seemingly endless, including not just grape variety but different clones, soils, weathers, training systems, crushing methods, maceration lengths, fermentation yeasts, oak treatment and so on and so forth. Furthermore, those aromas evolve through time inside the bottle, and with air and temperature once served. (Caballero et al., 2019, pp. 32-33)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> «Existen más descriptores vinculados a los aromas que a cualquier otro sentido. Esto se debe a que, en la valoración del vino, los aromas son un elemento clave de los enfoques hedonistas del vino. Gran parte del placer que obtenemos de la cata de vinos proviene de la constatación de que una botella de vino crianza, servida a la temperatura adecuada y en la copa perfecta, puede ofrecer una increíble variedad de aromas que no se parece a nada en el mundo, ni siquiera en el mundo del vino. Puede resultar milagroso cómo ese mosto manipulado adecuadamente cuenta con tal potencial para desarrollar una increíble riqueza de estímulos olfativos y nos hace experimentar más diferencias entre variedades de uva parecidas que entre la carne del pescado. Aquí es donde el enfoque holístico de la valoración del vino cobra importancia: el

Este sinfín de opciones genera cierta complejidad para enunciar y nominalizar los matices que percibimos. Esto requiere, por un lado, habilidades olfativas innatas y, por otro lado, desarrollo de las destrezas y un entrenamiento de la cata (Caballero et al., 2019, pp. 32-33). Sumado todo esto a la terminologización de las unidades empleadas, la comprensión por parte de un lego se puede dificultar al no resultar su significado traslúcido. Un empleo alto de unidades léxicas especializadas (ULE) no solo influye en la comprensión, sino también en las características lingüísticas de los textos «en el marco del grado de especialización, puesto que es el que fija la superestructura y la configuración léxica del texto» (Rodríguez-Tapia, 2020, p. 89). Por dicho motivo, cobra mayor importancia la propuesta de mejorar la calidad discursiva y de diseñar una herramienta que cuenta con grandes beneficios para el sector. Aunque a día de hoy un lego tiene un mayor acceso a la información, no quiere decir que cuente con un mayor conocimiento, ya sea por la falta de calidad, veracidad o destrezas para adquirirla.

Por ello, herramientas como la que aquí proponemos pueden ser de gran utilidad. Más allá de la rueda de los aromas, existen otros sistemas como el diseñado por Wine and Spirit Education Trust (WSET), que no solo se centran en los aromas, sino que representan todas las dimensiones analizables del vino (Caballero et al., 2019, p. 38). Sin embargo, consideramos que resulta menos visual y atractiva para un público lego al ser una ficha en la que se van marcando los puntos que cumple el vino. Satisface una función más evaluativa que didáctica o informativa, aspectos que la rueda sí cumple.

En lo relativo al vinagre, no hemos encontrado en la bibliografía científica ninguna creación similar a la rueda. Por dicho motivo, en Morales-Jiménez (en prensa-a), analizamos terminológicamente los descriptores del vinagre de vino con el fin de poner la lingüística de corpus al servicio del vinagre y de la divulgación de sus matices. Este capítulo, que no forma parte del compendio, constituye el Anexo III. Dicha publicación parte de la investigación de Morales-Jiménez (2024c) que analizaba la terminología presente en los vinagres de Montilla-Moriles. En esta ocasión, el corpus se nutre de 150 textos, con y sin sello, con el fin de describir el vinagre como producto más allá de los consejos reguladores. Sentamos las bases de nuestra compilación tomando de referencia la reflexión de Veroz González (2014): «la lingüística de corpus podríamos considerarla

---

número de variables es aparentemente infinito, incluyendo no solo la variedad de uva, sino también los diferentes clones, suelos, climas, sistemas de conducción, métodos de estrujado, duración de la maceración, levaduras de fermentación, envejecimiento con roble, etcétera. Además, esos aromas evolucionan con el tiempo dentro de la botella y con el aire y la temperatura una vez servidos.

un conjunto de técnicas y principios a través de los cuales podemos explorar y analizar la lengua» (p. 198). Para tener una muestra de la lengua del vinagre, recogimos los textos que fuesen en español, de vinagres sin aromatizar y que fuesen de vino y que contasen con una ficha técnica completa. Nos servimos de los premios VINA VIN y del listado de los vinagres galardonados, ya que partimos de la presunción de que un producto galardonado será más cuidado y tendrá unos textos más representativos. La colaboración con dicha asociación ha sido indispensable para el éxito de este conjunto de estudios, ya sea por su ayuda ante dudas técnicas o como intermediaria con las bodegas y vinagreras.

Las conclusiones principales de este análisis corroboraron las cuestiones planteadas para los vinagres con sello D. O. P.; existe un alto índice de densidad terminológica (IDT) y, dentro de las ULE, predominan las unidades délficas dado su origen en la lengua general. En otras palabras, la presencia de terminología vitivinícola no imposibilita el acceso a la información dada la transparencia semántica de estas. Otra reflexión que se abordó en el capítulo fue la complejidad de compilar el corpus; muchas bodegas contaban con la opción de venta, pero sin incluir descripciones. Esta limitación nos hace cuestionarnos el motivo por el cual una bodega sí incluye una descripción para sus vinos, pero no para sus vinagres.

Como resultado de este capítulo nació la primera rueda para el vinagre con 60 aromas y 12 familias aromáticas. Este nuevo material nos condujo a finalizar el escrito plasmando futuras líneas de investigación, como traducirla, realizar una aproximación a los vinagres de otros países y su verificación ante un panel de enólogos. Por consiguiente, la continuación de estas ideas se materializó en el primer artículo que se incluye en este bloque. En esta publicación de *Hikma: Revista de Traducción* (2025a), completamos dicho corpus con las traducciones disponibles y con textos originales estadounidenses. Gracias a esta labor, nos propusimos responder la cuestión de cómo se traducen los matices del vinagre, cómo son los vinagres de otros países y, al igual que en el estudio anterior, los resultados se materializan en la rueda de los aromas en inglés.

Finalmente, y tras observar tanto que el método más usado es el literal como que la cultura forma parte indispensable de estos textos, optamos por profundizar y orientar los textos al receptor meta. Por ello, en el segundo artículo del bloque (Morales-Jiménez, en prensa-c) analizamos cómo se traducen los culturemas del vinagre y si los nuevos recursos son capaces de adaptarlos en función del receptor y de su bagaje cultural vitivinícola. Con dicho artículo, se cierran las investigaciones que buscan conocer si los

dos tipos de comunicación de Cabré i Castellví (1999), directa o indirecta, son satisfactorios en el caso de la ficha técnica del vinagre.

**1. AROMAS Y VINAGRE: UNA APROXIMACIÓN A LA TRADUCCIÓN ES>EN DE LAS PERCEPCIONES AROMÁTICAS – *HIKMA: REVISTA DE TRADUCCIÓN* (2025A).**

**RESUMEN**

La vitivinicultura es uno de los pilares fundamentales de la economía y de la cultura española, visible en los datos de exportación y en la presencia de productos *Marca España* en los canales de comercio exterior. La heterogeneidad de artículos bajo el amparo de dicho sector (vino, experiencias enoturísticas, vinagre...) genera una amplia gama de textos que requiere un trabajo cuidado y de calidad tanto por parte de los emisores como de los traductores. Una de las principales dificultades para lograr dicho objetivo y transmitir a la perfección toda la información es la falta de uniformidad en los términos descriptores. En pasadas investigaciones, diseñamos una rueda de los aromas de los vinagres en español mediante un corpus de fichas técnicas con el propósito de mejorar la comunicación bodega-bodega y bodega-comprador. Con vistas a ofrecer al sector este material multimodal en inglés, ampliamos y creamos un macrocorpus llamado *AcetiCorpus*, compuesto por los textos origen y meta de los productos en español, así como por documentos procedentes de Estados Unidos. Por ende, contamos con dos subcorpus, uno paralelo y otro comparable, que arrojarán luz sobre cómo se traducen los descriptores y qué unidades léxicas especializadas son empleadas en cada cultura. Asimismo, nos permitirá trazar un recorrido inicial sobre el discurso vitivinícola en ambas potencias para este derivado acético. A partir de la bibliografía consultada sobre el vino y los análisis realizados, podemos concluir que los principales rasgos extraídos son la riqueza sensorial, la diferenciación en la descripción que se hace en ambas lenguas y las limitaciones propias de la transmisión de la cultura. Todo esto ha desembocado en la obtención de dos modelos de ruedas de los aromas y en nuevas líneas de estudio con las que fomentar el desarrollo comercial, cultural y social del vinagre.

**ABSTRACT**

The wine industry is one of the fundamental pillars of the Spanish economy and culture, as reported in the export data and in Made in Spain products found in foreign marketing channels. The heterogeneity of articles under the umbrella of this sector (wine, wine tourism, vinegar...) generates a wide range of texts that require careful and quality work by both issuers and translators. One of the main difficulties in achieving this

objective and perfectly transmitting all the information is the lack of uniformity in the descriptive terms. In past research, we designed a wheel of vinegar aromas in Spanish using a corpus of technical sheets to improve winery-winery and winery-buyer communication. Intending to offer the sector this multimodal material in English, we expanded and created a macrocorpus called AcetiCorpus, made up of the source and target texts of the products in Spanish, as well as texts from the United States. We therefore have two subcorpora, one parallel and one comparable, which will shed light on how vinegar is translated and which specialized lexical units are used in each culture. Moreover, they will trace a path through the wine discourse in both powers. Thanks to the consulted bibliography on wine and the analyses carried out, the main features extracted are the sensorial richness, the difference in the description in both languages and the limitations inherent to the transmission of culture. All this has led to obtaining two models of aroma wheels and new lines of study to promote vinegar's commercial, cultural, and social development.

**DOI:** <https://doi.org/10.21071/hikma.v24i1.17728>

## **2. ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS DE TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN DE CULTUREMAS EN EL VINAGRE D. O. P. ESPAÑOL MEDIANTE IA Y TAN – *ALFINGE: REVISTA DE FILOLOGÍA* (EN PRENSA-C)**

### **RESUMEN**

La integración de la traducción automática neuronal (TAN) y de la inteligencia artificial (IA) puede presentar numerosas ventajas para el sector vitivinícola a la par que problemas. En el presente estudio, nos planteamos comprobar cómo diversos sistemas de traducción (Google Translate, Deepl, ChatGPT 4.1., Copilot 365 y Gemini 2) abordan los culturemas de las fichas técnicas de las bodegas amparadas en las tres Denominaciones de Origen Protegidas (DD. OO. PP.) de España de vinagre (Condado de Huelva, Jerez y Montilla-Moriles). En los recursos conversacionales, empleamos un pautado para analizar si son capaces de orientar el texto hacia un receptor experto y otro lego. Tras la extracción manual de los culturemas y su posterior agrupación por campos temáticos, clasificamos las técnicas empleadas entre convergentes (orientadas a la cultura origen) y divergentes (hacia la cultura meta) para obtener unos resultados cuantitativos y cualitativos. Con los primeros, hemos observado que sin instrucciones se tiende a la literalidad y al uso de préstamos. En contraposición, si se les pide que lo adapten para un lego, emplean un mayor rango de técnicas o las combinan para ofrecer una perspectiva extranjerizadora, pero que no resulte opaca. En lo relativo a los datos cualitativos, hemos percibido que estas técnicas no siempre se emplean adecuadamente, por lo que presentan errores de precisión, de omisión o de coherencia. Por ende, concluimos que todas las IA son capaces de adaptar el texto, pero sigue siendo necesaria la supervisión humana.

### **ABSTRACT**

The implementation of neural machine translation (NMT) and artificial intelligence (AI) can offer numerous advantages for the wine sector, but it can also result in problems. In this paper, we set out to examine how translation systems (Google Translate, Deepl, ChatGPT 4.1., Copilot 365, and Gemini 2) handle the culturemes of vinegar data sheets from Spanish wineries located in the three Protected Designations of Origin (Condado de Huelva, Jerez, and Montilla-Moriles). Regarding chatbots, we designed specific instructions to analyze whether they can effectively orient the text towards experts or laypeople. After extracting and classifying the culturemes by thematic fields, we categorized the techniques used as convergent (oriented towards the source culture) and divergent (oriented towards the target culture) to obtain both quantitative and qualitative results. Concerning the first ones, chatbots tend to be literal and to use loanwords without instructions. In contrast, when asked to adapt it for a lay audience, they employ a wider range of techniques or combine some of them to offer a foreign perspective that is not opaque.

According to the qualitative data, we highlighted that these techniques are not always used appropriately, resulting in accuracy, omission, or consistency errors. In conclusion, all AI are capable of adapting texts, but human supervision is still necessary.

DOI: no disponible

### 3. RECAPITULACIONES

El presente bloque recoge los principales resultados obtenidos de toda la tesis; en primer lugar, plasmaremos los datos cuantitativos y cualitativos que reflejan las limitaciones y los rasgos del vinagre y, en segundo lugar y más visual, las ruedas de los aromas con sus consecuentes beneficios para el sector.

#### 3.1. Discusión

Ambos estudios, uno centrado en los aromas y el otro en los culturemas, han arrojado luz tanto en el ámbito de la terminología como en el de la traductología. En lo concerniente al primer ámbito, destacamos lo comentado con anterioridad, es decir, la presencia de ULE pertenecientes al lenguaje general que ha adquirido un uso especializado al introducirse en la lengua de especialidad de la vid y el vino. La mayoría de las ULE no resultan cripticas, ya que se usan elementos concretos en vez de hacer alusión al compuesto volátil que provoca el recuerdo del aroma (Fukutome y Harada, 2018, p. 868). Muestra de ello es que no hemos encontrado ningún nombre químico para los aromas; se usa “vainilla” o “vainilla de Madagascar” cuando el compuesto volátil es la “etilvainillina”, procedente del roble donde se macera (Wiesenthal, 2003, p. 81). Ambos términos forman parte del *continuum*, aunque se posicionan en diferente grado de abstracción. Al optar por un significante menos especializado y más asequible para un público general, se refleja ese interés en facilitar la comunicación indirecta y la interacción entre el emisor experto y el receptor instruido o lego.

Pese a este acercamiento léxico orientado al receptor, no hemos visto en los textos un discurso tan cuidado como afirmábamos en pasados puntos que ocurría en el caso del vino. Este fenómeno lo remarcaban las diversas Inteligencias Artificiales (Chat GPT, Copilot y Gemini), que en sus traducciones adaptadas intentaban ampliar la redacción para hacerla más intuitiva y persuasiva. Si nos centramos en la traducción de dicha terminología, vemos cómo la serie de estudios aquí incluidos para el vinagre ha evidenciado la presencia de una riqueza sensorial tanto en español como en inglés estadounidense. Afirmamos, pues, que los textos del vinagre cuentan con un rico entramado léxico y terminológico que se caracteriza por un predominio del campo semántico de los aromas. Esta prevalencia justifica y corrobora la calidad del vinagre como un producto más allá de ser agrio o fuerte. Esto sucede tanto en español como en inglés estadounidense, que se diferencia por usar descriptores más concretos que en

español. A pesar de que este fenómeno ya había sido evidenciado para el vino por investigadoras como Martínez Martínez (2023), el sector no ha reflejado esta marca cultural en la traducción de sus textos.

De igual modo, queda demostrado también que la cantidad de textos traducidos y adaptados a la internacionalización es reducida y supera vagamente el 50 %. Cabe recordar que son productos de calidad, aunque no todos tengan un sello, y que pueden ser de gran interés para el mercado exterior. Los términos de la nota de cata han sido traducidos mediante un método literal por parte de las bodegas y, si aplicamos la Inteligencia Artificial para su transvase al inglés para lograr un resultado más adaptado a un cliente lego, sí encontramos una tendencia a orientar el texto al receptor desconocido. Cabe preguntarse, pues, si una traducción con método literal con unos descriptores más genéricos resulta tan apelativa y persuasiva para el mercado estadounidense, siendo el principal mercado importador. Como hemos concluido con anterioridad, en Estados Unidos se tiende a incluir aromas más concretos o compuestos (“Anjou pear”) y en España suelen ser descriptores simples (“pera”). Esta diferencia cultural dificulta que un producto sea equiparable ante los ojos de un nativo estadounidense si se traduce literalmente. Los *chatbots* tienden a dejar el mismo concepto y en limitadas ocasiones adaptan o buscan otra opción. No obstante, no sabemos con certitud si la modificaciones efectuadas están conformes al producto y a la cata del vinagre en particular. Por dicho motivo, es necesario contar con un panel experto que certifique los cambios. Los aromas, al proceder de la experiencia individual y social de un catador, son unidades con una gran culturalidad. Ha quedado evidenciado en este bloque que son culturemas y que no suponen un problema de intraducibilidad en la gran mayoría de los casos. Únicamente dicha limitación la hemos encontrado dentro de los aromas en las variedades de vid autóctonas. Empero, el rango de aromas es infinito y un catador puede anotar matices fuera del modelo que hemos sistematizado. Muestra de ello es la relación establecida por Wine Folly (Puckette y Hammack, 2018, pp. 288-298) que vincula los aromas de un Chardonnay de Central Coast con una “crème brûlée” o un Cabernet Sauvignon con un caramelo llamado “sugarplum”. Ambas recetas no tienen una traducción directa y sería necesario adaptarlas o dejar el préstamo y, por consiguiente, presentan un problema de intraductabilidad. Esta diferencia cultural entre el texto origen y el texto meta, denominada por Carbonell i Cortés (1999, p. 275) como «desierto de significación», nos brinda la oportunidad de profundizar en ambos extremos de la comunicación y buscar

«las sutilezas del color en el espacio desolado como un nuevo lenguaje adquirido y aprendido de los otros» (p. 275).

Por parte de las bodegas, hemos percibido que han subsanado estas limitaciones con una tendencia a la literalidad. No hemos encontrado ningún intento de domesticación muy alejado del original que facilite que tanto la terminología como los elementos culturales sean asequibles para un comprador ajeno a la cultura española y andaluza. Una localización adecuada y estudiada tanto del producto como del contexto receptor «puede aumentar las ventas y la competitividad [...]. Estas prácticas incluyen la adaptación del lenguaje, el uso de referencias culturales relevantes y la personalización del contenido para el público objetivo» (Ma, 2025, p. 13). A lo largo de los diversos análisis aquí presentados, no hemos encontrado ni dicha adaptación de la cultura vitivinícola andaluza o española ni la orientación al público objetivo. Esta carencia hace que no se cumpla con la función principal del género textual “ficha técnica”, que es informar, y, consecuentemente, que la comunicación fracase completa o parcialmente: «el lenguaje es un instrumento de comunicación entre los seres humanos, es decir, una entidad “diseñada” u orientada en su evolución a satisfacer un fin claro y esencial: la comunicación» (García Velasco, 2003, p. 21). Esta afirmación radica en la extracción de los resultados aquí obtenidos; no obstante, sería interesante validarla mediante un grupo control con y sin experiencia en los vinagres andaluces.

A modo de ejemplo y sin pretensión de denigrar la labor de las bodegas y vinagreras, propondremos a continuación una muestra de cómo localizaríamos un vinagre de calidad siguiendo las conclusiones obtenidas en Morales-Jiménez (2025a, pp. 13-14). Dado que el principal importador de vinagre español es Estados Unidos, la localización la orientaremos a esta potencia económica. Cabe recordar que la localización «es el proceso consistente en la adaptación de un producto [...] para satisfacer los requisitos idiomáticos, culturales y de otro tipo aplicables a un entorno o mercado de destino específico (denominado en inglés *locale*)» (García-Saavedra Valle, 2002, p. 410).

Por ende, es necesario profundizar en los intereses y las necesidades específicas del cliente y los hábitos de venta del mercado meta. En Morales-Jiménez (2025a, pp. 13-14) observamos que los canales de venta de este mercado se orientan hacia la tradición, el Mediterráneo, la calidad y los vinagres aromatizados o con ricos matices. El principal competidor de España en la importación de vinagres es Italia y representa el 71,9 % del total frente al 8,31 % español (Observatorio de Complejidad Económica, 2025). Estas dos

potencias comparten los rasgos mediterráneos y los productos con sello de calidad diferenciada. En Estados Unidos predomina la elaboración de *white vinegar*, que es un vinagre originado, normalmente, de la fermentación de las melazas de azucareras con un «contenido acético (4 %), aspecto (sin turbidez), color y olor propios y un contenido en etanol residual de 0º, como máximo» (Llaguno Marchena, 1991, p. 142). A diferencia de esta acetificación, Italia y España siguen diferentes procesos de fermentación y de maduración. Por un lado, el sistema del vinagre de Módena se basa en la concentración de mosto y su posterior añadido a un vino para iniciar el proceso de acetificación. Como se observa en la siguiente imagen. Este proceso se hace en barriles de diferentes tamaños y maderas durante varios años, lo que le confiere unos matices y aromas diferentes:

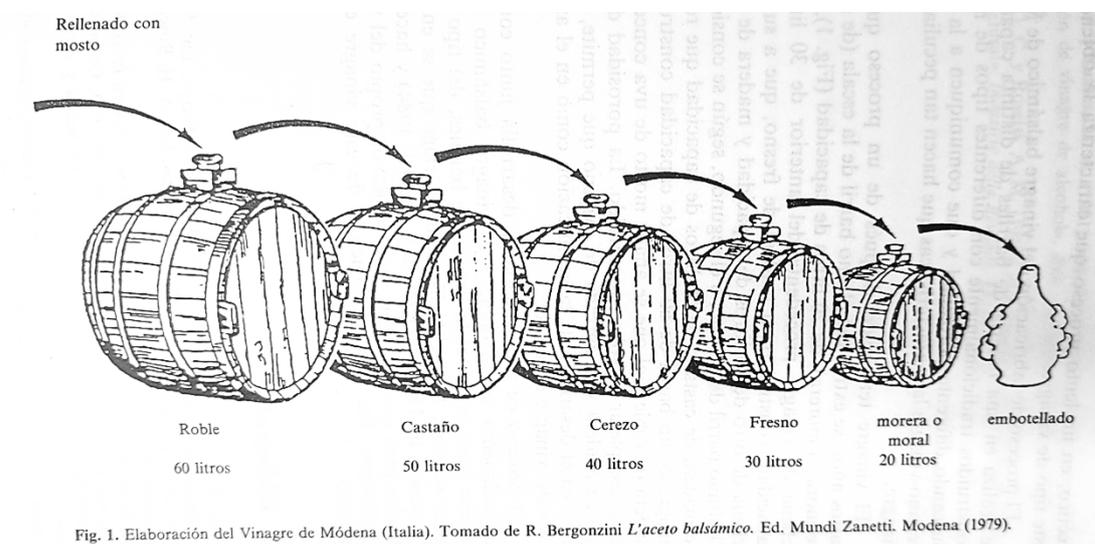


Ilustración 5. Sistema de acetificación de vinagre de Módena. Fuente: Llaguno Marchena (1991, p. 143).

El sistema español guarda similitudes con este modelo, aunque este se basa en lo conocido como soleras y criaderas. En este se van nutriendo los toneles siguiendo un orden piramidal, es decir, en la parte superior (la criadera) se vierte el vino más joven y, paulatinamente, se va vertiendo en niveles inferiores hasta llegar a la más antigua (la solera). En cada nivel y para la crianza biológica, se deja un espacio para que el vino entre en contacto con el oxígeno y se genere el velo de flor. Para la crianza oxidativa, si se completa la barrica y así el oxígeno completa la oxidación y le otorga esos tonos tostados, como se representa en la siguiente ilustración:

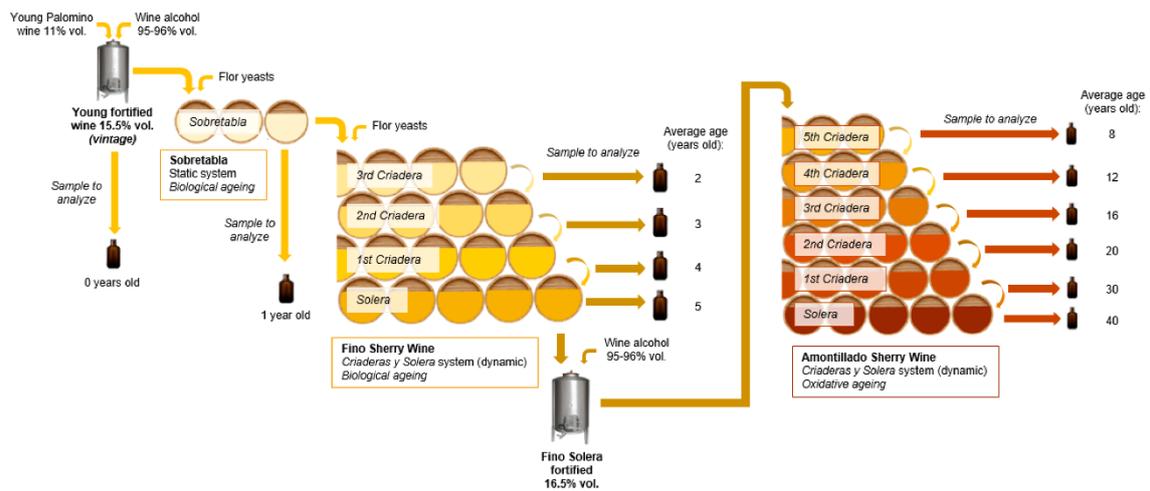


Ilustración 6. Sistema de criaderas y soleras. Fuente: Valcárcel-Muñoz et al. (2022, p. 3)

Ambos sistemas cuentan con rasgos comunes: producto cuidado, elaborado durante un largo periodo, originado en una cultura mediterránea y con una gran riqueza sensorial. Estas características deberían ser comprensibles y alcanzar al receptor meta, puesto que pueden acentuar su interés. La cultura vinagrera en EE. UU. es diferente y la localización de la ficha técnica es clave para destacar el sistema de soleras y criaderas, las variedades de vid autóctonas o el saber hacer de los productores. Otro punto diferenciador con Italia es la gastronomía; ambos países cuentan con una afamada y reconocida trayectoria culinaria. La principal limitación que se puede encontrar un usuario es no saber cómo incluir estos vinagres en sus platos; por dicho motivo, la inclusión del apartado “gastronomía” o “maridaje” puede ser clave. Traductológicamente, podemos orientar las propuestas a mantener las recetas, que pueden contar con un gran arraigo cultural, o buscar otra que sirva como una transcreación<sup>11</sup>. Los puntos positivos que pueden presentar una traducción literal o un préstamo son la evocación de la cultura y del paisaje o la posibilidad de recrear una cultura ajena. En contraposición, si buscamos un plato en el que se pueda incluir un vinagre español, su inclusión en el día a día puede resultar más asequible para un comensal extranjero. Todo depende de la unidad en

<sup>11</sup> La transcreación consisten en «una modulación cuyo cambio de enfoque o perspectiva supera la limitación lingüístico-semántica por una reformulación de nueva cuña, de mayor creatividad, que mantiene el mismo efecto persuasivo, poético, estético o incitador del original» (Castellano Martínez, 2021, p. 110). En el caso de la gastronomía, un plato como el salmorejo genera un efecto diferente en función del receptor; en la mayoría de los casos, en España puede ser una receta tradicional y que se realiza con asiduidad. En el caso extranjero lo puede identificar como un plato diferente y para ocasiones especiales al no ser una receta local. Por lo tanto, la percepción y la “incitación” son diferentes en tanto en cuanto a su traducción y localización. Esto puede derivar en lo que Jean-Robert Pitte (visto en Tegoni, 2019, p. 28) denomina “mangiare geografico”, que alude al estrecho vínculo entre gastronomía, enología y territorio. La venta de la gastronomía local puede resultar atrayente y generar un vínculo afectivo con un destino visitado o que se desea conocer.

cuestión y qué aproximación global del texto tenemos para obtener un resultado satisfactorio.

Si analizamos el siguiente ejemplo, vemos la inclusión de numerosos términos (“grado acético”, “masa volúmica” o “generoso”) y culturemas (“pagas”, “pedro ximénez” o “salmorejo”) sin procesos de desterminologización<sup>12</sup> o adaptación. Esto genera que un lector lego en español no sea capaz de comprender las peculiaridades del producto y en el caso del extranjero esto se acentúa. Por dicho motivo, proponemos una leve modificación al texto origen para que resulte más persuasivo y asequible. Hemos usado la sinonimia («pagas o viñedos»), explicaciones («criaderas y soleras, donde se mezcla gradualmente el vinagre más joven (la criadera) con el más antiguo (la solera)») o hiperónimos («Sierra de Montilla (Córdoba)»). La inclusión en el texto de «Calidad Superior» no es un distintivo de las cualidades del vinagre, sino que es el apelativo de una de las zonas de la Sierra de Montilla. Esta extensión se caracteriza por contar con un suelo de albariza cretácica, que «es un terreno muy interesante desde el punto de vista vitícola, porque muchas de las zonas que producen los más afamados vinos de Francia son naturaleza geológica cretácea» (D. O. P. Montilla-Moriles, s. f.). La Sierra se divide en “Calidad Superior” y “Zona Altos Moriles” y, si no se precisa esta distinción, el lector puede entender un sentido diferente al que es. De igual modo, hemos corregido algunos errores como el uso de «DOP» por «D. O. P.» o mejora discursiva, como en el apartado de «gastronomía».

La traducción de la bodega cuenta con un predominio de técnicas extranjerizadoras, visible en la etiqueta que no se localiza o en la gran cantidad de préstamos crudos. Únicamente han usado un equivalente en el caso de “pagas” y “Calidad Superior”, que han generalizado y usado traducción literal: «vineyards (Superior Quality)» Al igual que hemos realizado para el español, hemos menguado las diferencias culturales mediante explicaciones y amplificaciones. Esto es visible en la descripción de “soleras y criaderas”, “gazpacho” o “salmorejo”. No obstante, no hemos buscado un equivalente para los aromas o los maridajes, ya sea porque los aromas coinciden o porque no conocemos el producto para generar un maridaje. Sería recomendable probar las

---

<sup>12</sup> La desterminologización, de acuerdo con Campos Andrés (2013, p. 49), es «un fenómeno formal, comunicativo y cognitivo que se manifiesta a través de una serie de procedimientos relacionados con el tratamiento de las unidades léxicas especializadas y centrados en garantizar la accesibilidad de un texto especializado a unos destinatarios no expertos». Para lograr dicha accesibilidad, se recurre a diversos procesos como la sinonimia, la paráfrasis reformulativa, la hiperonimia o la definición.

opciones y profundizar en la gastronomía estadounidense. De igual modo, son platos reconocidos internacionalmente que no supondrían un problema de comprensión como sí otros, *e.g.* “mazamorra” o “porra antequerana”. Si buscamos una posible receta para adaptar, el salmorejo o el gazpacho se pueden sustituir por *tomato soup*, que en algunas recetas lleva vinagre balsámico para potenciar la acidez y añadir dulzor (Donofrio, 2023).

Todos estos detalles están incluidos en las siguientes ilustraciones que presenten en primer lugar los textos originales de la bodega para, en segundo lugar, ofrecer una propuesta más localizada.

## Vinagre Seco Gran Reserva



### Descripción

Tipo: Vinagre de Vino DOP Montilla-Moriles Seco. Gran Reserva 10 años.

Variedad y procedencia: 100% uva Pedro Ximénez procedente de los mejores pagos de Albarizas de la Sierra de Montilla (Calidad Superior).

Elaboración: Vinagre procedente de la fermentación acética de vinos generosos de la DOP Montilla-Moriles.

Crianza: Vinagre GRAN RESERVA que se ha sometido a más de diez años de envejecimiento en botas de roble americano por el sistema de criaderas y solera.

### Nota de cata

Aspecto: Limpio y brillante. Color caoba con matices yodados.

Aroma: Muy aromático, intenso con matices de madera procedentes de su larga crianza y una persistencia acética muy agradable.

Sabor: Suave, equilibrado y con larga persistencia.

### Análisis químico

Azúcares reductores (glucosa): ≤ 5 g/l.  
Grado acético: 7.  
Masa volúmica 20°C (g/cc): 1.0150±0.002

### Gastronomía

Aderezo natural ideal para numerosos platos, Gazpachos y salmorejos, ensaladas de todo tipo, adobos, escabeches... Un amplio mundo de posibilidades culinarias.

**Nuevo lanzamiento Primavera 2023 – botella 250 ml.**

*La pasión por la gastronomía toma forma a través de vinagres exclusivos con toda la personalidad de Montilla-Moriles*

[Pérez Barquero S.A. Avda. Andalucía 27 14550 Montilla \(Córdoba\) España](mailto:info@perezbarquero.com)  
Tel. (+34) 957 650 500 [info@perezbarquero.com](mailto:info@perezbarquero.com) [www.perezbarquero.com](http://www.perezbarquero.com)



Ilustración 7. Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva. Fuente: Bodegas Pérez Barquero (2023b)

## Vinagre Seco Gran Reserva



### Description

Type: PDO Montilla-Moriles Dry Wine Vinegar. Gran Reserva 10 years.

Variety and origin: 100% Pedro Ximénez grapes from the best Albarizas de la Sierra de Montilla vineyards (Superior Quality).

Production: Vinegar from the acetic fermentation of fortified wines from the PDO Montilla-Moriles.

Ageing: GRAN RESERVA vinegar that has undergone more than ten years of ageing in American oak casks using the criaderas and solera system.

### Tasting Notes

Appearance: Clean and bright. Mahogany colour with iodised nuances.

Aroma: Very aromatic, intense with hints of wood from its long ageing and a very pleasant acetic persistence.

Taste: Smooth, balanced and with a long persistence.

### Chemical analysis

Reducing sugars (glucose): ≤ 5 g/l.  
Acetic acidity: 7.  
Volumetric mass 20°C (g/cc): 1.0150±0.002

### Gastronomy

Ideal natural dressing for numerous dishes, Gazpachos and salmorejos, salads of all kinds, marinades, marinades, pickles... A wide world of culinary possibilities.

**New launch Spring 2023 - 250 ml bottle**

*Passion for gastronomy takes shape through exclusive vinegars with all the personality of Montilla-Moriles*

[Pérez Barquero S.A. Avda. Andalucía 27 14550 Montilla \(Córdoba\) España](mailto:info@perezbarquero.com)  
Tel. (+34) 957 650 500 [info@perezbarquero.com](mailto:info@perezbarquero.com) [www.perezbarquero.com](http://www.perezbarquero.com)



Ilustración 8. Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva. Fuente: Bodegas Pérez Barquero (2023a)

## Vinagre Seco Gran Reserva



### Descripción

Tipo: Vinagre de Vino D. O. P. Montilla-Moriles Seco.  
Gran Reserva 10 años.

Variedad y procedencia: 100 % dulce uva Pedro Ximénez procedente de las mejores pagas o viñedos de Albarizas de la Sierra de Montilla (Córdoba). También conocida como Calidad Superior por la riqueza de sus suelos.

Elaboración: Vinagre procedente de la fermentación acética de vinos generosos de la D. O. P. Montilla-Moriles.

Crianza: Vinagre GRAN RESERVA sometido a más de diez años de envejecimiento en botas de roble americano por el sistema de criaderas y solera, donde se mezcla gradualmente el vinagre más joven (la criadera) con el más antiguo (la solera).

### Nota de cata

Aspecto: Limpio y brillante. Color caoba con matices yodados.

Aroma: Muy aromático, intenso con matices de madera procedentes de su larga crianza y una persistencia acética muy agradable.

Sabor: Suave, equilibrado y con larga persistencia.

### Análisis químico

Azúcares reductores (glucosa): ≤ 5 g/l.  
Grado acético: 7.  
Masa volúmica 20°C (g/cc): 1.0150±0.002

### Gastronomía

Aderoso natural ideal para numerosos platos como gazpachos y salmorejos, ensaladas de todo tipo, adobos, escabeches... Un amplio mundo de posibilidades culinarias.

**Nuevo lanzamiento Primavera 2023 – botella 250 ml.**

*La pasión por la gastronomía toma forma a través de vinagres exclusivos con toda la personalidad de Montilla-Moriles*

Pérez Barquero S.A. Avda. Andalucía, 27. 14550 Montilla (Córdoba) España  
Tel. (+34) 957 650 500. Info@perezbarquero.com www.perezbarquero.com



Ilustración 9. Texto del Vinagre Seco Gran Reserva adaptado. Fuente: elaboración propia a partir de Bodegas Pérez Barquero (2023b)

## Vinagre Seco Gran Reserva



### Description

Type: PDO Montilla-Moriles Dry Wine Vinegar.  
Gran Reserva 10 years.

Variety and origin: 100% sweet Pedro Ximénez grapes from the best Albarizas de la Sierra de Montilla vineyards in Córdoba (Spain), also known as Calidad Superior thanks to its wealthy soils.

Production: Vinegar obtained from the acetic fermentation of fortified wines from the PDO Montilla-Moriles.

Ageing: This GRAN RESERVA vinegar was aged for over ten years in American oak barrels using the traditional 'criaderas and solera' system, where vinegar is distributed in a pyramidal way and gradually blended. The younger (criadera) is on the peak and is spilled into the older one in the ground (solera).

### Tasting Notes

Appearance: Clean and bright. Mahogany colour with iodised nuances.

Aroma: Very aromatic, intense with wooden hints from its long ageing and a very pleasant acetic persistence.

Taste: Smooth, balanced and with a long persistence.

### Chemical analysis

Reducing sugars (glucose): ≤ 5 g/l.  
Acetic acidity: 7.  
Volumetric mass 20°C (g/cc): 1.0150±0.002

### Gastronomy

An ideal natural dressing that's perfect for a wide range of dishes like gazpachos (cold tomato soup), salmorejos (cold tomato cream), all kinds of salads, marinades, pickles... A wide world of culinary possibilities

**New launch Spring 2023 - 250 ml bottle**

*The passion for gastronomy takes shape through exclusive vinegars with all the personality of Montilla-Moriles*

Pérez Barquero S.A. Avda. Andalucía, 27. 14550 Montilla (Córdoba) España  
Tel. (+34) 957 650 500. Info@perezbarquero.com www.perezbarquero.com



Ilustración 10. Texto origen del Vinagre Seco Gran Reserva. Fuente: elaboración propia a partir de Bodegas Pérez Barquero (2023a)

A través de este ejemplo pretendemos reflejar cómo un texto vitivinícola y, en particular, del vinagre se puede mejorar mediante un proceso de adaptación y localización tanto en español como en inglés. Al tratarse de un producto que necesita o requiere un mayor cuidado por su connotación negativa, sería interesante compararlo o asemejarlo al vino desde una perspectiva comercial. Para ello, la rueda de los aromas puede suponer un soporte tanto para legos como para expertos, ya que, como desarrollaremos a continuación, nos puede ofrecer diversas opciones y subsanar diversas carencias.

### **3.2.Las ruedas de los aromas. Usos y aplicaciones en el sector**

La rueda de los aromas del vinagre es el epítome de toda la investigación aquí plasmada. A lo largo de estas páginas hemos plasmado los matices del vinagre mediante tres modelos de ruedas: vinagres españoles, su traducción y vinagres estadounidenses. El motivo por el que cobra importancia contar con dos versiones en inglés radica en la culturalidad. Fukutome y Harada (2018, pp. 867-868) analizaron las principales diferencias culturales y complejidades de los términos empleados para describir el vino, el sake y la soja entre el inglés y el japonés y afirmaban la importancia de profundizar en la cata para poder descubrir diversas culturas:

Ultimately, she came to the conclusion that it is important not only to actually taste a lot of wine, but also to taste a lot of foods/drinks other than wine and accumulate experiences of all sorts of aromas in ordinary life. In short, in order to understand sensory expressions, the key is to build a portfolio of real experiences, using all five senses. An accumulation of real taste and smell experiences builds understanding of the unique characteristics of previously unknown foods/drinks from different cultures and helps us become more perceptive about how they are received in the original cultural sphere<sup>13</sup>.

De igual modo (Fukutome y Harada, 2018, p. 872), concluyeron que la traducción de los aromas mediante un método literal puede provocar que la evocación de los matices sea más difícil, mientras que una traducción más libre puede generar algún problema de imprecisión. Desde esta perspectiva, resulta pertinente retomar el motivo por el cual es necesario contar con dos ruedas. Dado que el fin de este proyecto nace de la traductología, cada una busca satisfacer una función diferente. La traducción de la española se puede

---

<sup>13</sup> «A fin de cuentas, ella llegó a la conclusión de que no solo era importante catar muchos vinos, sino también mucha comida o bebida diferente al vino para acumular experiencias de todo tipo de aromas cotidianos. En resumen, para comprender las expresiones sensoriales, la clave es crear un repertorio de experiencias reales mediante los cinco sentidos. Al acumular experiencias reales de sabores y olores, comprenderemos características únicas de alimentos y bebidas desconocidas de diferentes culturas. También nos ayuda a mejorar nuestra percepción en el ámbito cultural original».

emplear como herramienta para traducir los aromas al inglés o para una persona instruida en los vinagres españoles. La segunda sería más recomendable para un receptor lego estadounidense o que no cuenta con conocimientos de los productos andaluces. No obstante, la diferencia entre ambos no es sustancial para generar conflicto.

En lo concerniente a las diversas aplicaciones que puede tener dicha herramienta multimodal, encontramos que su funcionalidad se puede destinar a diversos colectivos como personas expertas en enología, enoturismo o gastronomía:

- **Enología:** para la evaluación y valoración de un nuevo producto puede ser de gran utilidad al haber sido sistematizado el léxico. Esto favorece que la comunicación experto-experto sea más directa. De igual modo, como los aromas están plasmados en un soporte, los catadores se pueden ayudar de esto para encontrar los diversos aromas. Por otro lado, también puede agilizar los procesos de valoración al tener un criterio objetivo que sirva para representar los productos y así etiquetarlos como vinagres de calidad. Para los consejos reguladores o los diversos galardones también pueden ser de gran aplicabilidad al tener un material que describa lo que debe tener un vinagre de calidad y así poder comparar entre varios.
- **Turismo:** existen diversos perfiles de turistas que destinan su tiempo a disfrutar de las bodegas, de la cultura vitivinícola y de la gastronomía. Cabe recordar que el espectro de consumidor de vinagre es más amplio que el de vino y esto es una ventaja competitiva para atraer a nuevos turistas a las bodegas. Por lo tanto, las empresas se pueden beneficiar y generar campañas con otras rutas gastronómicas como la de aceite, puesto que «[S]i hubiera semejanzas entre los perfiles de los turistas en ambas rutas, se podrían desarrollar de forma activa vínculos centrados en las necesidades del consumidor turístico y realizar acciones de promoción conjunta» (Millán Vázquez de la Torre y Pérez, 2014, p. 184). Este interés por el sector vitivinícola y por la gastronomía puede atraer a un gran número de visitantes que o bien lo conocen o desean ampliar sus conocimientos. Es aquí, con estos últimos, donde la rueda de los aromas puede ser de gran utilidad. Como una de las etapas indispensables de la visita es la cata del producto (González Aguilar, 2023, p. 41), contar con un material que recoja todos los aromas ayudará a reconocerlos y

enunciarlos. El aroma a acético puede predominar en la fase olfativa y enmascarar, para un público inexperto con capacidades olfativas poco desarrolladas, el resto de aromas. Si el receptor es consciente y cuenta con un modelo sistematizado visual, puede orientarse más fácilmente y, por lo tanto, será un inicio más amable y atractivo para nuevos turistas.

- **Gastronomía:** en el caso del vino, la rueda de los aromas puede resultar muy práctica para generar un maridaje perfecto al contrastar los aromas del vino con los ingredientes del plato. El maridaje, de acuerdo con Gil de Antuñano y Zamora (2004), «consiste en casar un plato y un vino de manera que juntos, nos den aún más placer que por separado [...]. La unión de comidas y vinos no es difícil, pero sí compleja. El sentido común es la mejor guía» (pp. 15-16). Para el vinagre, no existe una guía que ayude a profundizar y generar esta sinergia gastronómica y la connotación negativa también está presente, ya que, como ambos autores sentencian, «[E]l vinagre es un enemigo del vino» (Gil de Antuñano y Zamora, 2004, p. 88), puesto que puede eclipsarlo. Puckette y Hammack (2018, pp. 54-55) estipulan para el vino dos tipos de maridajes: por afinidad y por contraste. En el primero se busca el producto que se desee potenciar en la rueda y se selecciona un vinagre que cuente con ese aroma u otros que estén próximos. En el caso de maridaje por contraste, se selecciona el opuesto ubicado en la rueda de los aromas para complementar el plato, típico de países orientales. Para esclarecer este asunto, tomaremos una receta para ejemplificarla: la mazamorra. El ingrediente principal de la mazamorra es la almendra, un fruto seco. Como no se encuentra representada en la rueda, buscaremos la familia aromática (indicada con una flecha blanca) y marcaremos con dos arcos los diferentes maridajes. Para que esta labor tenga éxito, es necesario que la ficha técnica sea completa y que el cocinero tenga nociones de cata. Según la rueda, cualquier vinagre que cuente con los descriptores marcados puede ofrecer un maridaje adecuado. Esto se puede acentuar comprobando el resto de ingredientes y con el saber hacer del experto en gastronomía.





## **V. CONCLUSIONES**

## 1. CONCLUSIONES

La fermentación, ya sea alcohólica, acética o láctica, ha formado y forma parte de la humanidad y de cualquier civilización estudiada por la antropología (Pollan, 2014, p. 301). Sigue siendo un pilar indispensable de la gastronomía, de la economía y de la cultura social. El presente estudio ha servido para desvincular, desde una perspectiva teórica y práctica, al vinagre de su concepción de derivado negativo del vino y otorgarle una posición equiparable a este como producto de calidad. Esta tesis nace de una necesidad que atañe tanto al sector vitivinícola y gastronómico como a la lingüística.

Nos resulta peculiar la concepción ambigua con la que se describe a un producto señero para nuestra cultura: el vinagre de vino. Empleamos el adjetivo “ambigua” porque tanto en nuestro patrimonio como en el uso consuetudinario es indispensable; no obstante, la imagen compartida por lo general está vinculada a los rasgos negativos de la acritud. Dicha lacra nace de su origen y del desconocimiento de las primeras civilizaciones ante un proceso que no comprendían: la fermentación acética provocada por la oxidación de los alcoholes y por la bacteria *Mycoderma aceti*. Establecimos, pues, como hipótesis de partida que los aspectos lingüísticos del vinagre estaban condicionados por la perspectiva negativa y que la investigación científica estuviera limitada. A través de la serie de publicaciones aquí incluidas hemos ido deshilachando diversas problemáticas y perspectivas para analizar el concepto “vinagre”, un género textual concreto (la ficha técnica) y la terminología incluida en este documento informativo. Todos ellos nos han conducido a afirmar, por un lado, que la investigación científica en química, enología y bromatología comenzó a estudiar este artículo con neutralidad a partir del siglo XIX, siglo en que se descubrió cómo se produce esta fermentación. Relativo a la traductología y a la lingüística, solamente hemos hallado dos estudios actuales que analizan desde una perspectiva traductológica la culturalidad de dos consejos reguladores diferentes. A partir de estos hemos demostrado mediante diversos resultados cuantitativos y cualitativos que los vinagres cuentan con unos textos que parcialmente plasman que se elaboran mediante un proceso cuidado y tradicional y presentan una riqueza organoléptica. No obstante, existen argumentos que justifican dicha hipótesis y elementos que sí adolecen de dicha lacra, ya sea la dificultad de encontrar textos en español —acentuada aún más para encontrar traducciones—, la falta de descripciones o un IDT más elevado que para el vino.

Ambos puntos nos conducen a afirmar la necesidad del presente compendio y de profundizar lingüísticamente en este producto denostado. El objetivo final del estudio es plasmar una realidad comercial, relativa a los sellos de calidad diferenciada, que no se expone adecuadamente en los textos del vinagre. Existe un interés comercial a nivel nacional como internacional para el vinagre de vino, ya que dispone de unas cualidades que lo hacen idóneo para exportarlo (culturalidad, mediterráneo, calidad...). Por dicho motivo, diseñamos una metodología analítico-deductiva que estructuró todo el compendio partiendo de la contextualización en la que describimos qué es el vinagre, cómo se elabora y cuáles son sus definiciones a lo largo de la historia. Esta contextualización, más allá de sentar las bases del proyecto, nos brindó los primeros resultados: presencia de apelativos negativos (“enfermedad”, “deteriorado”...) al igual que baja cantidad de textos específicos del vinagre y con un bajo índice de traducción.

A pesar de ello, contábamos con un proyecto piloto (Morales-Jiménez, 2024c) que analizaba la terminología de los vinagres amparados por un consejo regulador y su traducción. Los resultados obtenidos en este trabajo reflejaron que existía un rico caudal léxico en torno a este derivado acético al igual que una gran culturalidad que sería de gran interés analizar con posterioridad. Como continuación del proyecto y para conocer si el género textual “ficha técnica” es diferente para el vino y el vinagre o es una especialización temática en función del producto, aplicamos el modelo de análisis textual de Pascual Cabrerizo (2016). Dicho bloque demostró que existen diferencias extratextuales —el vinagre se produce tanto en bodegas como en vinagreras y se destina a un público general al no contener graduación alcohólica, aspecto que el vino sí— e intratextuales —una menor descripción, que deriva en una mayor presencia de terminología y una menor persuasión al predominar la función referencial en el caso del vinagre—. Pese a estas carencias, que atribuimos a una falta de interés por parte de las bodegas por invertir en el vinagre, encontramos dentro de la ficha técnica una serie de descriptores que reforzaba su riqueza sensorial. La nota de cata, género incrustado que describe todas las fases del proceso de cata y que generalmente está redactado por expertos, incluye un predominio de nominalización y de terminologización. Este último aspecto se produce al tomar conceptos y significantes de la lengua general y atribuirles una carga especializada dentro de un contexto especializado. No obstante, esto no conlleva un problema de comprensión al resultar su significado translúcido en la mayoría de los casos, porque son ULE délficas para un lector general. Los descriptores de la nota

de cata y, en concreto, los vinculados a los aromas o colores, proceden del imaginario personal del evaluador o de un panel evaluador. Durante el proceso de oler o de masticar se liberan moléculas volátiles que alcanzan la fosa retronasal al oler o durante la consumición y que estimulan las papilas (This, 2012, p. 338). Estas sustancias provocan recuerdos y su evocación no siempre resulta sencilla; para ello, se emplean conceptos generales como alimentos, perfumes o plantas. La subjetividad es un factor importante, ya que cada persona puede tener un rango de aromas o puede percibir matices diferentes.

En lo concerniente a la terminología, descubrimos que el amplio rango de léxico es similar al del vino *grosso modo* y, por consiguiente, se compone tanto de unidades no especializadas como de unidades especializadas. Dentro de estas últimas, algunas proceden de la lengua general, pero han adquirido una carga especializada, otorgándoles un significado y valor diferente dentro de los textos del vinagre. Esta terminología ha sido sistematizada y recogida a lo largo de los estudios para delimitar las posibles complicaciones comunicativas del sector. Gracias a este listado, tanto en español como en inglés, nos permite nutrir fuentes terminológicas como ENOTERM y así completar los recursos disponibles para la lengua de la vid y el vino. Si profundizamos en los descriptores o matices del derivado acético, encontramos una mayor representatividad del apartado olfativo, en el que se incluyen los aromas. Es por este motivo por el cual la metodología se orientó a captar las ULE de este campo para recogerlas, conocer la carga cultural y cómo se traducen. Consideramos y hemos demostrado que la percepción y el empleo de significantes dependen en función de la cultura, otorgándole el rango de culturemas. Aunque en numerosos casos los culturemas presentan dificultad o imposibilidad de traducción, en la mayoría de los casos observados no hemos hallado casos de intraductabilidad. Dichos resultados fueron observados en el cuarto bloque que evidenciaron la calidad de los productos con y sin sello de calidad diferenciada y que posiciona al vinagre al mismo nivel que al vino.

Más allá de los resultados relativos a la terminología, hemos obtenido diversas conclusiones relacionadas con la traductología. La primera de ellas viene ligada a que las bodegas cuentan con un bajo índice de textos traducidos y, en los casos en los que sí se ha trasladado, presentan un predominio de técnicas convergentes como el préstamo, la traducción literal o equivalencias. Las propuestas carecen de técnicas que busquen acercar el texto al receptor extranjero y reducir los posibles problemas de comprensión (culturales o terminológicos). En la nota de cata estas limitaciones no son tan representativas, pero

en el caso de otros culturemas como los relacionados con la acetificación, el territorio o la gastronomía sí. Estos casos se han traducido mediante préstamos sin ampliaciones o ningún proceso de adaptación. González Pastor (2018) dictamina que en el sector turístico los textos se orientan hacia la transmisión del “color local” y, para ello, «la ampliación se confirma como técnica más productiva en combinación con el préstamo para transmitir del modo más preciso posible la máxima cantidad de carga informativa del culturema a partir de una explicitación del significado» (p. 97). Aunque la ficha técnica tiene una fuerte carga comercial, la transferencia de la cultura adecuadamente puede favorecer que el nuevo cliente conozca la cultura y desee ser partícipe de ella mediante la adquisición del producto. Si no se realiza dicha labor de localización o adaptación, se está levantando una barrera comunicativa que dificulta la exportación y aleja el interés comercial hacia los vinagres.

Como último paso y como simulación contextual al ponernos en la perspectiva de una persona desconocedora de las competencias traductoras o de ingeniería del lenguaje, recurrimos a un pautado concreto mediante el uso de la IA. Esta última fase de la metodología nació con el fin de subsanar el problema comentado anteriormente: la falta de interés en la redacción y de adaptación. De igual modo, nos sirvió para averiguar si estos nuevos recursos pueden ser de gran utilidad para un lego tanto para la traducción como para la adaptación de sus textos. La investigación destacó que la IA sí tiende a aplicar lo indicado por González Pastor (2018, p. 97), pero no propone técnicas divergentes que se alejen del original. No obstante, existen problemas de traducción como la falta de coherencia dentro de un fragmento, errores terminológicos o la tendencia al préstamo. Cabe destacar que estos sistemas pueden ser de gran utilidad para un proceso inicial documental, ya que observamos que sí eran capaces de extraer los términos o unidades con gran carga cultural. El empleo de la IA como motor de traducción y de adaptación no formaba parte de los objetivos iniciales de la investigación; no obstante, consideramos que su inclusión era indispensable dado el incremento de su uso por no expertos y por corroborar las conclusiones obtenidas por Paciaroni (2025).

A lo largo de todo el compendio hemos ido cuestionándonos diversos aspectos que hemos recogido y solucionado en el bloque anterior mediante los resultados. Debido a la importancia que le hemos otorgado a la terminología en el presente estudio, nos interesamos en profundizar en el éxito de las diversas funciones que puede tener en las comunicaciones de acuerdo con Cabré i Castellví (1999, pp. 44-45). Ya hemos

comentado que para que la interacción de una lengua de especialidad sea exitosa debe cumplir su función principal, ya sea informar como en el caso de los tratados o persuadir en la ficha técnica o nota de cata. Esta visión funcionalista de la comunicación nos sirve para demostrar que el discurso y los textos cuentan con una perspectiva negativa del vinagre presente en los aspectos lingüísticos (falta de descripciones, uso inferior de figuras retóricas, prevalencia de ULE...). En el primer tipo, la comunicación directa, hemos visto cómo la interacción entre expertos en los tratados previos al periodo decimonónico sí estaba condicionada. No obstante, con la evolución de la ciencia esa lacra ha ido desapareciendo, visible en la objetividad de las definiciones o las investigaciones más actuales que han indagado en la calidad. En lo relativo a su función en la comunicación indirecta o mediación comunicativa, existe un amplio uso de terminología que sirve para describir y enmarcar los rasgos de cada vinagre. Sin embargo, al comparar con el vino, hemos visto que presenta un mayor IDT derivado de descripciones más breves y un uso de figuras retóricas inferiores. Por lo tanto, esta función de mediación resulta menos exitosa que la directa y requiere una mejoría por parte de las bodegas o vinagreras. Consideramos que la falta de desterminologización o de adaptaciones, tanto en texto origen como en el meta, provoca que el cliente no acceda a la información y no entienda la unicidad del vinagre.

A modo de resumen y retomando los objetivos propuestos al inicio del escrito, afirmamos que todos ellos han sido cumplidos y se han abierto futuras líneas de investigación que en posteriores análisis y estudios serán desarrolladas. En primer lugar, hemos definido el concepto “vinagre” para posicionarlo como artículo propio, más que como derivado del vino. Para ello, enmarcamos y analizamos la situación del sector vitivinícola desde una perspectiva económica y jurídica para enmarcar el vinagre dentro del universo textual vitivinícola. Dado que todas las publicaciones aquí incluidas nos han conducido a afianzar que el vinagre forma parte de la lengua de la vid y el vino, confirmamos que todos los rasgos destacados para esta lengua de especialidad son aplicables a los textos que versen sobre este aderezo. Son numerosos los factores que conforman esta lengua, desde la presencia de la terminología y de elementos culturales hasta el uso de recursos retóricos y diversas variaciones. Estas peculiaridades justifican el interés en seguir indagando en los textos producidos para el vinagre y adentrarse en el ecosistema de géneros estipulado por Pascual Cabrerizo (2024, p. 432). Por dicho motivo y, en segundo lugar, categorizamos los géneros textuales “ficha técnica” y “nota de cata”

para el vinagre y percibimos que nos encontrábamos ante una especialización temática, más que ante un subgénero o un género *per se*. La ficha técnica se ha descrito como un texto del que las bodegas (experto) se sirven para informar, persuadir y atraer al cliente (público general). En función de lo que se desee comunicar y el artículo que se publicite (vino, vinagre, aceite...), este texto contará con unas variaciones, pero no tan relevantes como para producir un género nuevo.

En tercer lugar, el análisis de estos documentos nos condujo a analizar la terminología presente concerniente a la degustación del vinagre y sus descriptores para sistematizarla. Esta amplia gama de campos semánticos y de términos confiere al vinagre las características como producto vitivinícola con textos comprensibles y con un rico color cultural que merece la pena continuar analizando, ya como recopilación de los términos o estudiándolos. Gracias a la compilación de los posibles matices presentes en los vinagres, desde expertos a legos, pueden beneficiarse para evocar las sensaciones que le provocan dicho producto. Finalmente, reflexionamos sobre la traducción ES>EN gracias al estudio exhaustivo de un corpus comparable y paralelo. El motivo por el cual hemos centrado toda la investigación en los pares de idiomas español e inglés se debe a las limitaciones presentadas. Pocas eran las bodegas o vinagreras que habían traducido sus productos al francés o al italiano, como los principales países importadores de productos españoles. La limitada cantidad de textos adaptados pone de manifiesto la necesidad de instruir a las empresas por la necesidad de localizar o traducir todo su material informativo.

## **2. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Esta tesis doctoral ha contribuido a iniciar una nueva discusión dentro de una lengua de especialidad y abrir una nueva línea de investigación en el seno de GIRTraduvino. Como en cualquier proyecto inicial, han surgido muchas cuestiones que requieren una mayor profundidad, al igual que se han originado nuevas líneas vinculadas con su aplicabilidad en el sector. Otras ramas de la ciencia como la química, la bromatología o la enología sí continúan ampliando sus investigaciones para mejorar o asegurar la calidad. Empero, esta realidad no se representa en la mayoría de los textos incluidos en nuestro corpus. Por dicho motivo, sería interesante analizar desde una perspectiva social si estos textos resultan asequibles, persuasivos y comprensibles tanto para un español como para un nativo de inglés.

De igual modo, sería de gran interés para la rama de Historia de la Traducción profundizar en la evolución diacrónica de los textos, pero con un corpus más amplio de tratados y de otros géneros, como recetarios, informes... Esto nos proveerá una perspectiva del discurso especializado y no especializado a lo largo de nuestra lengua y de otras como el inglés o el francés. Esta reflexión nos conduce a interesarnos en ampliar todo el estudio al francés como lengua madre de la cultura vitivinícola y al italiano al tener un mayor impacto en la producción de vinagre. A pesar de que comercialmente puede ser menos interesante al ser competidor en la producción de vinagre, puede ser de gran utilidad conocer si existe un discurso más cuidado para este artículo o si la lengua cuenta con dicho entramado léxico y terminológico.

Si nos remontamos al tercer bloque, hemos plasmado los rasgos textuales de la ficha técnica de vino y de vinagre en español. Sin embargo, no hemos profundizado en las peculiaridades de este género en inglés estadounidense o británico. Al igual que realizó Martínez Martínez (2023), analizar exhaustivamente los textos en ambos idiomas puede enriquecer el conocer los textos y así, facilitar la exportación y la localización de nuestros vinagres.

En lo concerniente a la rueda de los aromas, hemos presentado una primera versión que continuará alimentándose de las nuevas fichas técnicas, de las diversas actualizaciones o de la inclusión de otros géneros como las evaluaciones o artículos de revistas especializadas. Dado que el corpus está en continua expansión, quizás sería posible crear una rueda de los aromas por tipo de origen (vino tinto, rosado, blanco, generoso...). No obstante, para ello sería necesario que la calidad y cantidad de los textos mejoraran. Asimismo, sería pertinente descifrar con los expertos si es posible que el vinagre presente descriptores negativos o menos agradables como sí sucede en el caso del vino (“neumático”, “esmalte de uñas”, “mantequilla en descomposición”...). Finalmente, la labor conjunta con VINAVIN seguirá desarrollándose y, como siguiente fase, trabajaremos en la verificación de la rueda y de las diversas aplicaciones estipuladas en el bloque anterior. Entre todas ellas, nos resulta más relevante conocer qué papel juega el vinagre dentro del enoturismo y de la gastronomía, dado que tenemos la percepción de que no se promociona. Como posible medio para aminorar la carga negativa del concepto, sería relevante recoger la diversa fraseología en torno al vinagre para generar una campaña de *marketing* modificando las paremias que lo incluyen despectivamente.

Este estudio nació con una clara finalidad social de colaborar y mejorar la perspectiva que se tiene del vinagre. Con la rueda y con los diversos resultados hemos logrado sentar las bases desde las humanidades para iniciar esta nueva hoja de ruta. No obstante, los siguientes hitos irán ligados a generar un proyecto de ciencia aplicada con el que ofrecer ayuda y colaboración a bodegas, vinagreras, expertos en gastronomía o al público en general.



## **VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adobe Inc. (s. f.). *Software de gráficos vectoriales – Adobe Illustrator*. Recuperado el 20 de agosto de 2025 de <https://www.adobe.com/es/products/illustrator.html>
- Agencia Tributaria. (s. f.). *Agencia Tributaria: Clasificación de la mercancía. TARIC - TARIC. Definición*. Recuperado el 27 de agosto de 2025 de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/aduanas/deuda-aduanera-garantias-elementos/clasificacion-mercancia-taric/taric-definicion.html>
- Aijmer, K. (1998). Epistemic predicates in contrast. En S. Johansson y S. Oksefjell (Eds.), *Corpora and Cross-linguistic Research: Theory, Method, and Case Studies* (pp. 277-295). Rodopi.
- Alcina, B. (1882). *Tratado de higiene privada y pública*. Librería de José Vides.
- Alonso de Herrera, G. (1513). *Agricultura General de Gabriel Alonso de Herrera [...]*. Imprenta Real. <https://bibdigital.rjb.csic.es/records/item/9699-agricultura-general-de-gabriel-alonso-de-herrera-tomo-i>
- Álvarez Jurado, M. (2018). Comunicación, comercio exterior y traducción: Textos y contextos. En M. M. Rivas Carmona y M. A. Veroz González (Eds.), *Agroalimentación: Lenguajes de especialidad y traducción* (pp. 1-14). Editorial Comares.
- Álvarez Jurado, M. (2022). *La visibilidad del traductor en los tratados de agricultura, agronomía, viticultura y vinificación (1773-1900)*. Editorial Comares.
- Amoretti, M. C. y Frixione, M. (2020). Representing wine concepts: A hybrid approach. *Applied Ontology*, 15(4), 475-491. <https://doi.org/10.3233/AO-200239>
- Asociación Española de Ciudades del Vino. (2023). *Análisis de la demanda turística Rutas del Vino de España 2022-2023*. <https://wineroutesofspain.com/wp-content/uploads/2023/10/informe-analisis-perfil-de-la-demanda-2023.pdf>
- García Torrens, L. (2007). Brandy. el espíritu del vino. *Vinos de España*, 67,52-57.
- Balbuena Torezano, M. C. y Cobos López, I. (2018). El papel de la traducción en las relaciones empresariales y comerciales (alemán-español): Análisis de webs empresariales del sector vitivinícola. En M. M. Rivas Carmona y M. A. Veroz

- González (Eds.), *Agroalimentación: Lenguajes de especialidad y traducción* (pp. 15-29). Editorial Comares.
- Balbuena Torezano, M. C. (2023). Léxico, enología, territorio y traducción: La ruta del vino de Montilla-Moriles y la ruta del vino y del brandy del marco de Jerez. En J. Leiva Rojo (Coord), *Lengua y traducción para la promoción turística: Las rutas del vino en Andalucía* (pp. 243-272). Tirant lo Blanch.
- Barahona Mijancos, L. (2022). La publicidad del vino en España: Proceso de creación y evolución dentro del sector. En M. Ibáñez Rodríguez (Ed.), *Enotradulengua. Géneros y tipos textuales en el sector del vino* (pp. 227-252). Peter Lang.
- Bassat, L. (1993). *El libro rojo de la publicidad (ideas que mueven montañas)*. Espasa-Calpe.
- Bazzocchi, G. y Capanaga, P. (2011). Enonautas y enoturistas: El mundo del vino en tiempos de globalización ética. En G. Bazzocchi, P. Capanaga y S. Piccioni, *Turismo ed enogastronomia tra Italia e Spagna: Linguaggi e territori da esplorare* (pp. 139-153). Franco Angeli.
- Berthollet, C. L. (1803). *Essai de statique chimique*. Firmin Didot. Demonville et Sœurs.  
<https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k86239n>
- Bhatia, V. (2002). Applied genre analysis: A multi-perspective model. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas Para Fines Específicos (AELFE)*, 4, 3-19.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=287026292001>
- Biber, D. (1993). Representativeness in Corpus Design. *Literary and Linguistic Computing*, 8(4), 243-257. <https://doi.org/10.1093/lc/8.4.243>
- Biber, D., Conrad, S. y Reppen, R. (1998). *Corpus linguistics: Investigating language structure and use*. Cambridge University Press.
- Bodegas González Rico. (2024). *Vinagre de Jerez*. Bodegas González Rico Hermanos. Recuperado el 16 de abril de 2025 de <https://www.gonzalezrico.es/vinagre-de-jerez/>
- Bodegas Pérez Barquero. (2023a). EN - Vinagre Gran Reserva Solera, *Pérez Barquero*. Recuperado el 8 de agosto de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/vinagre-gran-reserva-solera-en>

- Bodegas Pérez Barquero. (2023b). *ES - Vinagre Gran Reserva Solera—Pérez Barquero*. Recuperado el 8 de agosto de 2025 de <https://www.perezbarquero.com/wp-content/uploads/2023/05/Ficha-Vinagre-Gran-Reserva-Seco-Perez-Barquero.pdf>
- Bodegas Robles. (s. f.). *Agraz Verjus*. Recuperado el 8 de agosto de 2025 de <https://bodegasrobles.es/alimentos-agraz-verjus/>
- Bodegas Robles. (s. f.). *Solera y Criaderas ¿Cómo funciona y para qué sirve?* Recuperado el 8 de agosto de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/en/solera-y-criaderas-como-funciona-y-para-que-sirve/>
- Caballero, R., Suárez-Toste, E., y Paradis, C. (2019). *Representing Wine – Sensory Perceptions, Communication and Cultures*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/celcr.21>
- Cabré i Castellví, M. T. (1993). *La terminología: Teoría, metodología, aplicaciones*. Antártida / Empúries.
- Cabré i Castellví, M. T. (1999). *La terminología: Representación y comunicación*. Documenta Universitaria.
- Cabré i Castellví, M. T. (2008). El principio de poliedricidad: La articulación de lo discursivo, lo cognitivo y lo lingüístico en Terminología. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 16, 9-36. <https://revistaiberica.org/index.php/iberica/article/view/377/363>
- Cabré i Castellví, M. T. y Estopà Bagot, R. (2005). Unidades de conocimiento especializado: Caracterización y tipología. En M. T. Cabré i Castellví y C. Bach (Eds.), *Coneixement, llenguatge i discurs especialitzat* (pp. 69-94). IULA Monografies.
- Calvi, M. V. (2019). Géneros discursivos, diversidad cultural y traducción de textos turísticos. *Altre Modernità*, 21, 69-86. <https://doi.org/10.13130/2035-7680/11633>
- Cambridge University (s. f.). *Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus*. Recuperado el 13 de noviembre de 2024 de <https://dictionary.cambridge.org/>

- Campos Andrés, O. (2013). Procedimientos de desteminologización: Traducción y redacción de guías para pacientes. *Panace@: revista de medicina lenguaje y traducción*, XIV(37), 48-52. <https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/n37-tradyterm-OCamposAndres.pdf>
- Carbonell i Cortés, O. (1999). *Traducción y cultura: De la ideología al texto*. Ediciones Colegio de España.
- Castellano Martínez, J. M. (2021). *Fundamentos nocionales y traductológicos para la traducción de textos turísticos*. Editorial Comares.
- Catering Pepe de la Judería. (s.f.). *Mazamorra Cordobesa: Receta paso a paso*. Recuperado el 4 de junio de 2025 de <https://pepedelajuderiacatering.com/mazamorra-cordobesa-receta/>
- Centro Virtual Cervantes. (s. f.). *Más moscas se cogen con miel que con hiel*. Refranero Multilingüe. Recuperado el 12 de noviembre de 2024 de <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/ficha.aspx?Par=59026&Lng=0>
- Chaptal, J. A. C., Rozier, F., Parmentier, A. A. y Dussier, L. (1801). *Traité théorique et pratique sur la Culture de la Vigne: Avec l'art de faire le vin, les eaux-de-vie, esprit-de-vin, vinaigres simples et composés*. Chez Delalain y L'Imprimerie de Marchant.
- Ciapuscio, G., y Kuguel, I. (2002). Hacia una tipología del discurso especializado: Aspectos teóricos y aplicados. En J. García Palacios y M. Teresa Fuentes (Eds.) *Entre la terminología, el texto y la traducción* (pp. 37-73). Almar. <https://media.utp.edu.co/referencias-bibliograficas/uploads/referencias/capitulo/355-hacia-una-tipologia-del-discurso-especializado-aspectos-teoricos-y-aplicadospdf-Veuzj-articulo.pdf>
- Comisión Europea. (s. f.). *Consultas TARIC*. Consultas del TARIC. Recuperado el 8 de agosto de 2025 de [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=es&Taric=2209001100&Expand=true&Area=&Level=2&SimDate=20250808&GoodsText=&OrderNum=&StartPub=&EndPub=&Regulation=&MeasType=570&LastSelectedCode=2209000000,2209009100#n2209001100-2](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es&Taric=2209001100&Expand=true&Area=&Level=2&SimDate=20250808&GoodsText=&OrderNum=&StartPub=&EndPub=&Regulation=&MeasType=570&LastSelectedCode=2209000000,2209009100#n2209001100-2)



- ENOTECH 4.0. (2022). *Informe del Estado de Digitalización del Sector vitivinícola*.  
<https://www.clusteralimentariodegalicia.org/wp-content/uploads/2022/12/informe-del-estado-de-digitalizacion-del-sector-vitivinicola.pdf>
- Enoturismo Spain. (2025). *Informe Anual Enoturismo Spain (2024)*. Recuperado el 14 de abril de <https://enoturismospain.com/noticias/informe-anual>
- Forgas Berdet, E. (1996). *Los ciclos del pan y del vino en las paremias hispanas*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Secretaría General Técnica, Centro de Publicaciones.
- Fraile Vicente, E. (2020). Las metáforas del enoturismo y su traducción. En Miguel Ibáñez Rodríguez (Ed.), *Enotradulengua: Vino, lengua y traducción* (pp. 169-200). Peter Lang.
- Frank, R. A., y Byram, J. (1988). Taste–smell interactions are tastant and odorant dependent. *Chemical Senses*, 13(3), 445-455.  
<https://doi.org/10.1093/chemse/13.3.445>
- Fukutome, N. y Harada, Y. (2018). Flavor Wheel Terminology and Challenges in Translation. Focusing on English and Japanese Vocabulary for Wine, Sake and Soy sauce. *32nd Pacific Asia Conference on Language, Information and Computation*.
- Galán Soldevilla, H., Ruiz Pérez-Cacho, P., de la Haba Ruiz, M. y Uclés Gálvez, J. C. (2015). Perfil sensorial de vinagres de Montilla-Moriles. En A. Villegas Becerril (Ed.), *VII simposio del salmorejo cordobés: El vinagre, «un componente histórico: El vinagre de Montilla Moriles»* (pp. 51-57).  
<http://www.salmorejocordobes.com/web/seccion/pagina/contenido/plantillas3/pdf/VII-simposio-el-vinagre.pdf>
- García Izquierdo, I. (2006). Los géneros y las lenguas de especialidad (I). En E. Alcaraz Varó, J. M. Martínez y F. Yus Ramos (Eds.) *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 119-126). Editorial Ariel.
- García Velasco, D. (2003). *Funcionalismo y lingüística: La gramática funcional de S.C. Dik*. Universidad de Oviedo.

- García-Saavedra Valle, M. T. (2002). ¿Traduces o localizas? La localización, futuro y presente de la traducción. En *El Español, Lengua de Traducción* (Ed.), *El español, lengua de traducción: Actas del I congreso internacional* (pp. 365-378).  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7457483&orden=0&info=link>
- Garrido Giménez, E. y Márquez Ortega, R. (2015). El “Vinagre de Montilla-Moriles”. En A. Villegas Becerril (Ed.), *VII simposio del salmorejo cordobés: El vinagre, «un componente histórico: El vinagre de Montilla Moriles»* (pp. 59-67).  
<http://www.salmorejocordobes.com/web/seccion/pagina/contenido/plantillas3/pdf/VII-simposio-el-vinagre.pdf>
- Gawel, R. (1997). The Use of Language by Trained and Untrained Experienced Wine Tasters. *Journal of Sensory Studies*, 12(4), 267-284.  
<https://doi.org/10.1111/j.1745-459X.1997.tb00067.x>
- Gawel, R., Oberholster, A. Francis, I. L. (2000). A ‘Mouth-feel Wheel’: Terminology for communicating the mouth-feel characteristics of red wine. *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 6(3), 203-207. <https://doi.org/10.1111/j.1755-0238.2000.tb00180.x>
- Gibson, M. (2018). *Food science and the culinary arts*. Academic Press.
- Gil de Antuñano, M. Jesús. y Zamora, C. L. (2004). *Platos y vinos: El difícil arte del maridaje*. Alianza.
- Gómez González-Jover, A. (2007). Léxico especializado y traducción. En E. Alcaraz Varó, J. M. Martínez y F. Yus Ramos (Eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 27-40). Ariel Lenguas Modernas.
- Gonon, L. y Sorba, J. (2022). Phraséologismes autour du vin et du champagne dans le roman contemporain. En E. Lavric, C. Feyrer y C. Konzett-Firth (Eds.), *Le vin et ses émules. Discours oenologiques et gastronomiques* (pp. 399-423). Frank & Timme. <https://hal.science/hal-03606530>
- González Aguilar, I. (2023). Una perspectiva pragmático-discursiva de la didáctica de lenguas extranjeras: Aplicación práctica a través del género textual visita guiada de una bodega. *redELE: Revista Electrónica de Didáctica ELE*, 35, 34-54.

[https://www.libreria.educacion.gob.es/libro/redele-no-35-revista-electronica-de-didactica-espanol-como-lengua-extranjera\\_184117/](https://www.libreria.educacion.gob.es/libro/redele-no-35-revista-electronica-de-didactica-espanol-como-lengua-extranjera_184117/)

González Aguilar, I. (2024). Persuasión y proyección internacional: Marketing y comunicación plurilingüe para las Denominaciones de Origen en el sector vitivinícola. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 42, 83-105. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26949>

González Pastor, D. (2024). La evaluación de la calidad de la traducción automática de los textos turísticos en la enseñanza de la traducción: Un estudio cualitativo. *Hikma: Revista de Traducción*, 23(3). <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i3.16981>

González Pastor, D. (2018). *¿Cómo se traducen los culturemas del ámbito turístico? Análisis de estrategias de traducción (español-inglés)*. Editorial Comares.

Google, *Gemini 2* [Modelo de lenguaje de gran tamaño]. Recuperado el 15 de mayo de 2025 de <https://gemini.google.com/app?hl=es-ES>.

Google, *Google Translate*. Recuperado el 15 de mayo de 2025 de <https://translate.google.com/>

Grupo GENTT. (2005). El concepto de género: Entre el texto y el contexto. En I. García Izquierdo (Ed.), *El género textual y la traducción: Reflexiones teóricas y aplicaciones pedagógicas* (pp. 7-13). Peter Lang.

Guzmán Chozas, M. (1998). *El vinagre: Características, atributos y control de calidad*. Díaz de Santos.

Hidalgo Togores, J. (2018). *Tratado de enología. Volumen I*. Mundi-Prensa.

Hurtado Albir, A. (Ed.). (2001). *Traducción y traductología: Introducción a la traductología* (11.<sup>a</sup> edición). Cátedra. [https://padlet-uploads.storage.googleapis.com/656754580/cb977401eaf66ae240a2e9ab7148d851/Traducci\\_n\\_y\\_traductolog\\_a.pdf](https://padlet-uploads.storage.googleapis.com/656754580/cb977401eaf66ae240a2e9ab7148d851/Traducci_n_y_traductolog_a.pdf)

Ibáñez Castro, A. (2015). El vinagre, una casualidad gastronómica. En A. Villegas Becerril (Ed.), *VII simposio del salmorejo cordobés: El vinagre, «un componente histórico: El vinagre de Montilla Moriles»* (pp. 22-31).

<http://www.salmorejocordobes.com/web/seccion/pagina/contenido/plantillas3/pdf/VII-simposio-el-vinagre.pdf>

Ibáñez Rodríguez, M. (2017). *La traducción vitivinícola: Un caso particular de traducción especializada*. Editorial Comares.

Ibáñez Rodríguez, M. (2018). *El tratado de la vid de Louis Dussieux y el tratado del vino de Jean Antoine Chaptal de 1796 conservados en la Biblioteca de San Millán: Contextualización y estudio de la traducción de 1803*. Cilengua, Fundación San Millán de la Cogolla.

Ibáñez Rodríguez, M. (2020). El Arte de hacer y conservar el vino de Francisco Carbonell y Bravo. Un falso original. *Revista de Lexicografía*, 25, 219-236. <https://doi.org/10.17979/rlex.2019.25.0.6001>

Ibáñez Rodríguez, M. (2024a). La diatopía en el español de la vid y el vino. *Onomázein Revista de lingüística, filología y traducción*, NE XIV, 53-72. <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne14.03>

Ibáñez Rodríguez, M. (2024b). La nomenclatura de las variedades de vid en español y en francés (1490-1807): Técnicas de traducción. *Hikma: Revista de Traducción*, 23(1). <https://doi.org/10.21071/hikma.v23i1.15730>

Ibáñez Rodríguez, M., Bachiller Martínez, J. M., y Sánchez Nieto, M. T. (2010). Comercio exterior y mediación lingüística en el sector vitivinícola de Castilla y León. *Hermeneus: Revista de la Facultad de Traducción e Interpretación de Soria*, 12, 161-182. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/9330>

Instituto Español de Comercio Español. (s. f.). *Plan sectorial vinagre de Jerez en Estados Unidos 2024*. Recuperado el 9 de agosto de 2025 de <https://www.icex.es/es/agenda/plan-sectorial-vinagre-de-jerez-en-estados-unidos-2024>

Instituto Español de Comercio Español. (2021). *El mercado del vinagre en Reino Unido*. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/069/documentos/2021/05/documentos-anexos/DOC2021881108.pdf>.

- Instituto Español de Comercio Español. (s.f.). *Estacom—Estadísticas Españolas de Comercio Exterior*. Recuperado el 9 de agosto de 2025 de <https://estacom-est.icex.es/estacom/desglose.html>
- International Organization of Vine and Wine. (2025). *State of the World Vine and Wine Sector in 2024*. International Organization of Vine and Wine.
- International Trade Centre. (2024). *Trade Map*. <https://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Jelovac, A. y Jacinto García, E. J. (2019). La ciencia española decimonónica y su recepción en Alemania y Austria la traducción del «Ensayo sobre las variedades de la vid común que vegetan en Andalucía» (1807) de Simón de Rojas. En C. Garriga Escribano, M. L. Pascual Garrido, M. B. Pedraza Pedraza (Eds.), *Lengua de la ciencia y lenguajes de especialidad* (pp. 227-240). Universidade de Coruña.
- Joe Lim, S., Wai Ho, C., Mat Lazim, A. y Fazry, S. (2020). History and Current Issues of Vinegar. En A. Bekatorou (Ed.), *Advances in Vinegar Production*. Taylor&Francis Group.
- Jurado Muñoz, F. y Ramírez Almansa, I. (2025). La infografía en la traducción de textos científico-técnicos: Adquisición de la competencia traductora y del conocimiento lingüístico y temático mediante la traducción DE-ES de infografías sobre el etiquetado del vino. En M. L. Carrió Pastor y C. Ureña Tormo (Eds.), *Avances en los estudios de lingüística aplicada en el siglo XXI* (pp. 171-202). <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2025/07/9788410791411.pdf>
- Kenning, M. M. (2010). What are parallel and comparable corpora and how can we use them? En A. O’Keeffe y M. McCarthy (Eds.), *The Routledge handbook of corpus linguistics* (pp. 487-500). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kilgarriff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubíček, M., Kovář, V. y Suchomel, V. (2014). The Sketch Engine: Ten Years On. *Lexicography*, 1, 7-36. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Sketch-Engine%3A-ten-years-on-Kilgarriff-Baisa/ba497400aad93c4d825aedbd801392d0f48eb4a3>
- La Biblia cultural*. (1998). PPC y SM.

- Editorial Larousse (s. f.). *Définitions: Pousser, être poussé, se pousser - Dictionnaire de français Larousse*. Recuperado el 12 de octubre de 2025 de <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pousser/63173>
- Lavoisier, A. L. (1793). *Traité élémentaire de chimie. Tome 1 / , présenté dans un ordre nouveau, et d'après les découvertes modernes ; avec figures: Par M. Lavoisier... 2.ª édition*. Chez Cuchet. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k5524956g>
- Lépinette, B. (1997). La historia de la traducción. Metodología. Apuntes bibliográficos. *LynX Documentos de Trabajo*, 14, 1-24. <http://www.histal.net/wp-content/uploads/2011/08/La-historia-de-la-traduccion-metodologia-apuntes-bibliograficos.pdf>
- Lépinette, B. (2021). *Traducción e historia: La historiografía francesa en español (siglo XVIII)* (Edición digital). Universitat de València. [https://books.google.es/books?id=kiNLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=kiNLEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Lerat, P. (1997). *Las lenguas especializadas*. Editorial Ariel.
- Lexytrad. (2006). *ReCor* (Versión 2) [Software]. <https://www.lexytrad.es/es/recursos/recor-2/>
- Lima Florido, F. J. y Corpas Pastor, G. (2024). Posibilidades (y limitaciones) de los asistentes conversacionales como recursos tecnológicos para la interpretación: Chat GPT y Gemini frente a VIP. En G. Corpas Pastor y F. J. Veredas Navarro (Eds.), *Técnicas lingüísticas multilingües: Desarrollos actuales y transición digital* (pp. 7-32). Editorial Comares.
- Llaguno Marchena, C. (1991a). Antecedentes históricos. En C. Llaguno Marchena y M. C. Polo (Eds.), *el vinagre de vino* (pp. 1-23). Editorial CSIC.
- Llaguno Marchena, C. (1991b). Definición y tipos de vinagre. En C. Llaguno Marchena y M. C. Polo (Eds.), *el vinagre de vino* (pp. 133-145). Editorial CSIC.
- Llaguno Marchena, C. Y Polo, M. C. (1991). *El vinagre de vino*. Editorial CSIC.
- Llamosas-Falcón, L., Manthey, J. y Rehm, J. (2022). Changes in alcohol consumption in Spain between 1990 and 2019. *Adicciones*, 34(1), 61-72. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1400>

- López-Arroyo, B. y Roberts, R. P. (2014). English and Spanish descriptors in wine tasting terminology. *Terminology. International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication*, 20(1), 25-49. <https://doi.org/10.1075/term.20.1.02lop>
- López-Arroyo, B. y Roberts, R. P. (2015). How Specific Wine Tasting Descriptors Are? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 198, 287-299. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.07.447>
- López-Arroyo, B. y Sanz Valdivieso, L. (2022a). The phraseology of wine and olive oil tasting notes: A corpus based semantic analysis. *Terminology. International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication*, 28(1), 37-64. <https://doi.org/10.1075/term.20035.lop>
- López-Arroyo, B. y Sanz-Valdivieso, L. (2022b). Tasting notes: A corpus-based study of olive oil and wine tasting discourse. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 43, 205-233. <https://doi.org/10.17398/2340-2784.43.205>
- Lucrecio. (1984). *De la naturaleza de las cosas*. Ediciones Orbis.
- Luque Janodet, F. (2017). Estudio y propuesta de traducción de los culturemas en la D. O. P. Montilla-Moriles. *SKOPOS. Revista Internacional de Traducción e Interpretación*, 8, 101-111. <https://doi.org/10.21071/skopos.v8i.10524>
- Luque Janodet, F. (2019). Un acercamiento al interés por la viticultura en el XIX: A propósito de la traducción a francés del «Ensayo sobre las variedades de la vid común que vegetan en Andalucía» de Simón Clemente y Rubio. *Anales de filología francesa*, 27, 515-531. <https://doi.org/10.6018/analesff.351771>
- Luque Janodet, F. (2021). La nota de cata como género textual y texto especializado estudio a partir de un «Corpus» bilingüe (francés-español). En T. Barceló Martínez, I. Delgado Pugés, F. García Luque (Eds.), *Tendencias actuales en traducción especializada, traducción audiovisual y accesibilidad* (pp. 201-218). <https://chef.afue.org/documentos/64093790c654e74950597154>
- Luque Janodet, F. (2022). Hacia una caracterización del discurso de la cata de vino como lengua de especialidad. *Onomázein: Revista de lingüística filología y traducción*, 58, 1-17. <https://doi.org/10.7764/onomazein.58.01>

- Ma, R. (2025). Localización comercial en el ámbito hispano-chino: Traducción de descripciones de productos en “TEMU”. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1517>
- Marchal, R. (2021). Champagnes et Crémants: Les articles de presse et de vulgarisation sur internet traduisent-ils des différences techniques et sensorielles? En E. Lavric, C. Feyrer y C. Konzett-Firth (Eds.), *Le vin et ses émules – Discours œnologiques et gastronomiques*. Frank & Timme GmbH.
- Marimón Llorca, C. y Santamaría Pérez, I. (2006). Los géneros y las lenguas de especialidad (II): El contexto científico-técnico. En E. Alcaraz Varó, J. M. Martínez y F. Yus Ramos (Eds.), *Las lenguas profesionales y académicas* (pp. 127-153). Editorial Ariel.
- Maroto García, N. y Sánchez Ibáñez, M. (2016). *Viticultores, pero enoturistas: Variación neológica y registros de uso en el lenguaje del vino*. <https://gredos.usal.es/handle/10366/132031>. En M. C. Sánchez Manzanares y D. Azorín Fernández (Eds.), *Estudios de Neología del Español* (pp. 153-177). Universidad de Murcia: Servicio de Publicaciones.
- Márquez Ortega, M. R. (2020). *Aseguramiento de la calidad y autentificación de vinagres de vino mediante sensores NIRS* [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/20115>
- Martínez Lanzán, G. (2022). Si el vino hablara... El lenguaje de la cata. En M. Ibáñez Rodríguez (Ed.), *Enotradulengua. Géneros y tipos textuales en el sector del vino* (pp. 75-104). Peter Lang.
- Martínez Lanzán, G. y GIRTraduvino. (s. f.). *ENOTERM*. ENOTERM. <https://girtraduvino.com/es/recursos/>
- Martínez Martínez, A. (2023). *La nota de cata de vinos como género textual: Estudio contrastivo inglés-español*. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/63675>
- Mayoral-Asensio, R. (2007). La traducción comercial. En P. A. Fuertes (Ed.), *Problemas lingüísticos en la traducción especializada*. pp. 33-48). Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones. [https://www.academia.edu/46300781/La\\_traducci%C3%B3n\\_comercial](https://www.academia.edu/46300781/La_traducci%C3%B3n_comercial)

- Roldán Vendrell, M. (2014). Representación del conocimiento especializado y terminología multilingüe. En M. Roldán Vendrell (Ed.), *Terminología y comunicación científica y social* (pp. 1-24). Editorial Comares.
- Microsoft, *Copilot* 365. Recuperado el 15 de mayo de 2025 de <https://copilot.microsoft.com/>
- Millán Vázquez de la Torre, G. y Pérez, L. M. (2014). Comparación del perfil de enoturistas y oleoturistas en España. Un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), 167-188. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.CRD11-74.cpec>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (s. f.). *¿Qué es la calidad diferenciada?* Recuperado el 29 de agosto de 2025 de <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/que-es>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2012). *Etiquetado y presentación de productos vitícolas*. [https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/publicaciones/etiquetado\\_productos\\_vitcolas.pdf](https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/publicaciones/etiquetado_productos_vitcolas.pdf)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2014). *Mapa de Vinagres con Denominación de Origen Protegida*. <https://www.mapa.gob.es/es/cartografia-y-sig/publicaciones/alimentacion/mapa-vinagres>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023). *Entra en vigor el nuevo reglamento sobre las indicaciones geográficas y otros regímenes de calidad diferenciada de alimentos en la Unión Europea*. [https://www.mapa.gob.es/va/prensa/ultimas-noticias/detalle\\_noticias/entra-en-vigor-el-nuevo-reglamento-sobre-las-indicaciones-geograficas-y-otros-regimenes-de-calidad-diferenciada-de-alimentos-en-la-union-europea/0663d7a1-d764-4e91-a901-505760e7850b](https://www.mapa.gob.es/va/prensa/ultimas-noticias/detalle_noticias/entra-en-vigor-el-nuevo-reglamento-sobre-las-indicaciones-geograficas-y-otros-regimenes-de-calidad-diferenciada-de-alimentos-en-la-union-europea/0663d7a1-d764-4e91-a901-505760e7850b)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2024). *Vitivinicultura*. Producciones Agrícolas. <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/vitivinicultura/>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2025). *Información de Mercados del Sector Vitivinícola (INFOVI) Mayo 2025*. Dirección General de Producciones y

Mercados y Agrarios. Subdirección General de Medios de Frutas y Hortalizas y Vitivinicultura.

<https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/agricultura/temas/producciones-agricolas/vitivinicultura/infovi/ano-2025/informe-infovi-mayo-2025.pdf>

Ministerio de Presidencia. (2012). *BOE-A-2012-5529 Real Decreto 661/2012, de 13 de abril, por el que se establece la norma de calidad para la elaboración y la comercialización de los vinagres*. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2012-5529>

Molina Martínez, L. (2006). *El otoño del pingüino: Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*. Universitat Jaume I: Servei de Comunicació i Publicacions.

Montalt, V. (2003). El gènere textual com a interfície pedagògica en la docència de la traducció científicotècnica. En R. Samson (Ed.), *Actes de les VII Jornades de Traducció a Vic*. Eumo Editorial.

Montes Sánchez, A. (2021). La traducción español-alemán de textos enoturísticos: La creación enológica. *Estudios Franco-Alemanes. Revista internacional de Traducción y Filología*, 13, 137-154. <https://doi.org/10.21071/estfa.v13i.16425>

Montes Sánchez, A. (2023). Medicine, wine, terminology and translation (German-Spanish). En M. C. Balbuena Torezano y M. Álvarez Jurado (Eds.), *Text and Wine: Approaches from terminology and translation* (pp. 131-147). John Benjamins Publishing Company. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9349580>

Monzó Nebot, E. (2002). La professió del traductor jurídic i jurat. Descripció sociològica de la professió i anàlisi discursiva del transgènere [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. <https://www.tdx.cat/handle/10803/10563>

Morales-Jiménez, J. P. (2024a). El Sabor de lo agrio: Análisis terminológico de la nota de cata del Vinagre D. O. P. Montilla-Moriles. En M. Ibáñez Rodríguez y M. Pascual Cabrerizo (eds), *Enotradulengua: Nuevas y viejas formas de comunicar* (pp. 277-294). Cilengua, Fundación San Millán de la Cogolla.

Morales-Jiménez, J. P. (2024b). La naturaleza del vinagre: Definición y usos médicos desde G. Alonso de Herrera (1513) hasta P. Pacottet y L. Guittoneau (1912). *Panace@: revista de medicina lenguaje y traducción*, 25(60), 40-51.

[https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25\\_60\\_07\\_Tribuna\\_MoralesJimenez.pdf](https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/Panacea25_60_07_Tribuna_MoralesJimenez.pdf)

Morales-Jiménez, J. P. (2024c). La terminología y los culturemas del vinagre Denominación de Origen Protegida Montilla-Moriles: La ficha técnica. *ELUA: Estudios de Lingüística*. Universidad de Alicante, 42, 131-150. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26953>

Morales-Jiménez, J. P. (2025a). Aromas y vinagre: Una aproximación a la traducción ES>EN de las percepciones aromáticas. *Hikma: Revista de Traducción*, 24, 1-31. <https://doi.org/10.21071/hikma.v24i1.17728>

Morales-Jiménez, J. P. (2025b). Vinagres con D. O. P. aspectos jurídicos en lo concerniente al etiquetado y su traducción. En C. Cuéllar Lázaro y M. Duro Moreno (Coords.), *La escritura literaria y la escritura traducida* (pp. 305-324). Peter Lang.

Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-a). La rueda de los aromas del vinagre: la lingüística de corpus al servicio de la enología. En C. Aguilar Camacho y M. M. Rivas Carmona (Coords), *Enfoques multidisciplinares de lengua, literatura y traducción especializada*. Peter Lang.

Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-b). Semejanzas y diferencias en el vino y vinagre andaluz de calidad: análisis textual de la ficha técnica. *Bulletin Hispanique*.

Morales-Jiménez, J. P. (en prensa-c). Análisis de las técnicas de traducción y adaptación de culture

mas en el vinagre D. O. P. español mediante IA y TAN. *Alfinge: Revista de filología*, 37.

Moreno Rojas, A. (2015). El Vinagre: Un condimento muy saludable. En A. Villegas Becerril (Ed.), *VII simposio del salmorejo cordobés: El vinagre, «un componente histórico: El vinagre de Montilla Moriles»* (pp. 32-49). <http://www.salmorejocordobes.com/web/seccion/pagina/contenido/plantillas3/pdf/VII-simposio-el-vinagre.pdf>

Moreno-Pérez, L. y López-Arroyo, B. (2023). Wine and translation: An analysis of phraseological units in English and Spanish wine technical sheets. *Perspectives*, 33(2), 341-356. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2023.2268115>

- National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism. (s. f.). *Understanding Binge Drinking* | National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA). Alcohol's Effects on Health. Recuperado el 8 de agosto de 2025 de <https://www.niaaa.nih.gov/publications/brochures-and-fact-sheets/binge-drinking>
- Negro Alousque, I. (2013). La Traducción de las metáforas en el lenguaje del vino. En A. Díaz Galán, M. C. Fumero Pérez, M. P. Lojendio Quintero, S. Frances Burges, E. Sosa Acevedo, A. Cano Ginés (Eds.), *Comunicación, Cognición, Cibernética* ( pp. 845-855). Editorial Universidad de La Laguna.
- Newmark, P. (1991). *About translation*. Multilingual matters.
- Noble, A. C., Arnold, R. A., Masuda, B. M., Pecore, S. D., Schmidt, J. O. y Stern, P. M. (1984). Progress Towards a Standardized System of Wine Aroma Terminology. *American Journal of Enology and Viticulture*, 35(2), 107-109. <https://doi.org/10.5344/ajev.1984.35.2.107>
- Nord, C. (2009). El funcionalismo en la enseñanza de traducción. *Mutatis Mutandis: Revista Latinoamericana de Traducción*, 2(2), 209-243. <https://www.redalyc.org/pdf/4992/499267780008.pdf>
- Nord, C. (2012). *Texto base - texto meta: Un modelo funcional de análisis pretraslativo*. Universitat Jaume I Servei de Comunicació i Publicacions.
- Normand, S. y Rastier, F. (2002). *Les Mots de la dégustation du champagne—Analyse sémantique d'un discours professionnel*. CNRS Editions <https://www.cnrseditions.fr/catalogue/linguistique/les-mots-de-la-degustation-du-champagne/>
- Nosrat, S. (2017). *Sal, grasa, ácido, calor: El arte de dominar los cuatro elementos de la buena cocina*. Neo Cook.
- Observatorio de Complejidad Económica. (2025). *Vinagre en el Comercio de Estados Unidos*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/vinegar/reporter/usa>
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en París. (2004). *Francia: Estudio de Mercado del Vinagre*. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27783.PDF>

- Olive Oil & Beyond. (2024). *Sherry Reserva Vinegar*. Olive Oil & Beyond. <https://www.oliveoilandbeyond.com/product-p/203-p.htm>
- Oliver, J. (s. f.). *Homemade fish & chips | Jamie Oliver recipes*. Recuperado el 14 de noviembre de 2024 de <https://www.jamieoliver.com/recipes/fish/fish-chips-and-mushy-peas/>
- OPENAI, ChatGPT 4 [Modelo de lenguaje de gran tamaño]. Recuperado el 15 de mayo de 2025 de <https://chat.openai.com/chat>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Organización Mundial de la Salud. (1987). *Codex Alimentarius Codex-Stan-162-1987. Norma del Codex para el Vinagre*. <https://faolex.fao.org/docs/pdf/els27548.pdf>
- Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE). (2025a). *Exportaciones españolas de vino – mayo 2025*. <https://www.oemv.es/exportaciones-espanolas-de-vino-mayo-2025>
- Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE). (2025b). *Informe trimestral consumo vino en España | mayo 2025*. <https://www.oemv.es/dr/3883>
- Paciaroni, E. C. (2025). *La comunicación del Patrimonio Gastronómico Italiano y su traducción por la Inteligencia Artificial: El Caso del Vinagre Balsámico Tradicional de Módena DOP*. [Tesi di laurea magistrali, Università Degli Studi Di Padova]. <https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/70289>
- Parodi, G. (2010). *Lingüística de corpus: De la teoría a la empiria*. Iberoamericana Vervuert.
- Parr, W. V., Mouret, M., Blackmore, S., Pelquest-Hunt, T. y Urdapilleta, I. (2011). Representation of complexity in wine: Influence of expertise. *Food Quality and Preference*, 22(7), 647-660. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.04.005>
- Pascual Cabrerizo, M. (2016). *El texto enoturístico*. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. <https://doi.org/10.35376/10324/16845>
- Pascual Cabrerizo, M. (2020). El texto digital promocional en el ámbito vitivinícola. En M. Gil Ramírez, F. J. Godoy Martín y G. Padilla Castillo (Coords.), *Comunicando en el siglo XXI: Nuevas fórmulas* (pp. 407-419). Tirant Humanidades.

- Pascual Cabrerizo, M. (2024). Los géneros lúdicos en el ámbito vitivinícola. En M. Ibáñez Rodríguez y M. Pascual Cabrerizo (Eds.), *Enotradulengua: Nuevas y viejas formas de comunicar* (pp. 429-444). Cilengua, Fundación San Millán de la Cogolla.
- Pascual Cabrerizo, M. y Martínez Lanzán, G. (2023). La traducción vitivinícola: Un caso especial de traducción especializada con distintas aplicaciones didácticas. *CLINA Revista Interdisciplinaria de Traducción, Interpretación y Comunicación Intercultural*, 9(2), 41-58. <https://doi.org/10.14201/clina2023924158>
- Pascual Cabrerizo, M. y Martínez Lanzán, G. (2024). La eficacia de la Inteligencia Artificial en la traducción de fichas técnicas de vinos. En A. Barrientos Báez, D. Caldevilla Domínguez y A. M. Martínez-Sala (Eds), *Caer en la Red con Inteligencia (Artificial)* (pp. 291-299). Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A.
- Peynaud, E. (1987). *El gusto del vino*. Ediciones Mundi-Prensa.
- Peynaud, E. (1988). *Le vin et les jours*. Dunod.
- Pickering, G. J. y Demiglio, P. (2008). The White Wine Mouthfeel Wheel: A Lexicon for Describing the Oral Sensations Elicited by White Wine. *Journal of Wine Research*, 19(1), 51-67. <https://doi.org/10.1080/09571260802164038>
- Plinio el Viejo. (58). *Historia natural*.
- Pollan, M. (2014). *Cocinar: Una historia natural de la transformación*. Debate.
- Portes, L. (1886). *Traite de la Vigne Et de Ses Produits Comprenant*. Doin.
- Puckette, M. y Hammack, J. (2018). *Wine folly: The master guide* (Improved and expanded edition. Magnum edition). Avery, Penguin Random House.
- Quirós García, M. (2024). De ampelonimia castellana y neologismos (in)necesarios: La uva datileña. En M. Quirós García (Ed.), *La geopenia en su historia: Aportes filológicos y lexicográficos*, (pp. 243-277). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9952477>

- Real Academia Española. (2025). *Definición de consejo regulador—Diccionario panhispánico del español jurídico—RAE*. Diccionario panhispánico del español jurídico - Real Academia Española. Recuperado el 8 de abril de <https://dpej.rae.es/lema/consejo-regulador>
- Ramírez Almansa, I. (2021). *El mundo del vino: Textos, terminología y traducción (alemán-español)*. Comares.
- Ramírez Almansa, I. (2024). Traducción y etiquetado en la industria vinícola para internacionalizar el producto. *ELUA: Estudios de Lingüística. Universidad de Alicante*, 42, 151-176. <https://doi.org/10.14198/ELUA.26947>
- Real Academia Española. (2002). *Diccionario de la lengua castellana: En que se explica el verdadero sentido de las voces ... Con las frases o modos de hablar, los proverbios o refranes y otras cosas convenientes al uso de la lengua ...* (Imprenta de la Real Academia Española por Herederos de Francisco del Hierro). Gredos. <https://www.rae.es/archivo-digital/diccionario-de-la-lengua-castellana-tomo-1>
- Real Academia Española. (2023). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 12 de octubre de 2025 de <https://dle.rae.es/>
- Repede, D. (2025). *HumText – Corpus de humor escrito*. Recuperado el 12 de octubre de 2025 de <https://humtext.snlt.es/>
- Ribéreau-Gayon. (s. f.). *Traite D'Oenologie: Transformations et Traitements Des Vins*. Dunod.
- Ríos-Reina, R., Segura-Borrego, M. P., Morales, M. L. y Callejón, R. M. (2020). Characterization of the aroma profile and key odorants of the Spanish PDO wine vinegars. *Food Chemistry*, 311. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2019.126012>
- Rivas Carmona, M. M. y Ruiz Romero, M. Á. (2021). *Feeding the future: Text typology in agri-food translation*. Publicacions de la Universitat de València.
- Rodríguez-Tapia, S. (2016). Los textos especializados, semiespecializados y divulgativos: Una propuesta de análisis cualitativo y de clasificación cuantitativa. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, 987-1006. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5476806.pdf>

- Rodríguez-Tapia, S. (2019). *El grado de especialización textual: Caracterización a partir de la percepción sociocognitiva de la terminología y las relaciones discursivas* [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/17650>
- Rodríguez-Tapia, S. (2020). El grado de especialización textual del discurso médico en español: Análisis basado en corpus desde la teoría de la percepción. *Panacea@: revista de medicina lenguaje y traducción*, 21(51), 75-92. [https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/panacea20-51\\_10\\_Tribuna\\_07\\_Rodriguez-Tapia.pdf](https://www.tremedica.org/wp-content/uploads/panacea20-51_10_Tribuna_07_Rodriguez-Tapia.pdf)
- Rodríguez-Tapia, S. (2024). *Gestión terminológica, corpus especializados y extracción automática de terminología en español*. Editorial Comares.
- Rojo Sánchez, G. (2015). Sobre los antecedentes de la lingüística de corpus. *Studium grammaticae: homenaje al profesor José A. Martínez*, 675-689. Universidad de Oviedo: Ediciones de la Universidad de Oviedo. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5139528>
- Sáenz Domínguez, M. J. (2017). La Traducción especializada (alemán-español de textos vitivinícolas: La cata de vinos. *Estudios Franco-Alemanes: Revista Internacional de Traducción y Filología*, 9, 61-126. <https://doi.org/10.21071/estfa.v9i.15834>
- Sierra Soriano A. y Mogorrón Huerta P. (2003). Quels termes pour parler de vin? étude contrastive français-espagnol. En I. Iñarrea Las Heras y M. J. Salinero Cascante, *El texto como encrucijada: estudios franceses y francófonos* (pp. 591-603). Universidad de La Rioja.
- School of Public Health of Harvard T.H. Chan. (2019). Vinegar. *The Nutrition Source*. <https://nutritionsource.hsph.harvard.edu/food-features/vinegar/>
- Seghiri, M. (2017). Metodología de elaboración de un glosario bilingüe y bidireccional (inglés-español/español-inglés) basado en corpus para la traducción de manuales de instrucciones de televisores. *Babel: Revue Internationale de la Traduction/International Journal of Translation*, 63(1), 43-64. <https://doi.org/10.1075/babel.63.1.04seg>

- Shepherd, M. y Watters, C. (1998). The Evolution of Cybergenres. En IEEE Computer Society Press (Ed.), *Proceedings of the 30th. Annual Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 97-109). IEEE Computer Society.
- Sinclair, J. (2004). *Trust the Text: Language, Corpus and Discourse*. Routledge, Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203594070>
- Sketch Engine. (s. f.). *Sketch Engine*. Recuperado el 12 de octubre de 2025 de <https://www.sketchengine.eu/>
- Smith, B. C. (2007). The Objectivity of Tastes and Tasting. En B. C. Smith (Ed.), *Questions of Taste: The philosophy of wine* (pp. 41-77). Oxford University Press.
- Solé Moro, M. y Campo Fernández, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales*. ESIC Editorial.
- Spence, P. (2013). *What to do with balsamic vinegar | Features*. Jamie Oliver. <https://www.jamieoliver.com/inspiration/balsamic-vinegar-depths/>
- Spinuzzi, C. (2003). *Tracing genres through organizations: A sociocultural approach to information design*. MIT Press.
- STAR Products. (s. f.). *STAR Products | Olive Oils, Olives & Vinegars for Every Meal*. Recuperado el 14 de octubre de 2025, de <https://starfinefoods.com/products/vinegars/star-sherry-wine-vinegar/>
- Swales, J. (2011). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge University Press.
- Taste Atlas. (s. f.). *Eat Local in Córdoba*. Recuperado el 11 de julio de 2025 de <https://www.tasteatlas.com/cordoba-spain>
- Tegoni, P. (2019). Cultura delle eccellenze enogastronomiche italiane. En M. P. Favaretto (Ed.), *Food and Wine Marketing 4.0 Reloaded: Mettiamo a tavola il futuro. Insieme* (pp. 25-34). Edigita.
- Thiébaud de Berneaud, A. (1850). *Manuels-roret nouveau manuel complet du vigneron français ou l'art de cultiver la vigne, de faire les vins, eaux-de-vie et vinaigres*. Librairie Encyclopédique de Roret.

- This, H. (2012). *Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor*. Columbia University Press.
- Torruella i Casañas, J. (2017). *Lingüística de corpus: Génesis y bases metodológicas de los corpus (históricos) para la investigación en lingüística*. Peter Lang.
- Unión Europea. (s. f.). *IATE - Search—Standard view*. Recuperado el 16 de noviembre de 2024 de <https://iate.europa.eu/home>
- Valcárcel-Muñoz, M. J., Guerrero-Chanivet, M., Rodríguez-Dodero, M. del C., García-Moreno, M. de V. y Guillén-Sánchez, D. A. (2022). Analytical and Chemometric Characterization of Fino and Amontillado Sherries during Aging in Criaderas y Solera System. *Molecules*, 27(2), 365. <https://doi.org/10.3390/molecules27020365>
- Vallès, G. (2022). *Informe Sector Vitivinícola (Informe del Strategic Research Center)*. <https://www.oemv.es/dr/3171>
- Vargas-Sierra, C. (2005). A pragmatic model of text classification for the compilation of special-purpose corpora. En J. Mateo y F. Yus (Eds.), *Thistles: A homage to Brian Hughes* (pp. 295-315). Universidad de Alicante. Departamento de Filología Inglesa. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/13590>
- Venuti, L. (1995). *The translator's invisibility: A history of translation*. Routledge.
- Veroz González, M. A. (2014). *La traducción en el Parlamento Europeo. Estudio de los textos técnicos y de comunicación administrativa* [Tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=68478&orden=0&info=link>
- Villegas Becerril, A. (2015). El vinagre de Montilla-Moriles y su integración histórica en el salmorejo cordobés. En A. Villegas Becerril (Ed.), *VII simposio del salmorejo cordobés: El vinagre, «un componente histórico: El vinagre de Montilla Moriles»* (pp. 12-21). <http://www.salmorejocordobes.com/web/seccion/pagina/contenido/plantillas3/pdf/VII-simposio-el-vinagre.pdf>
- Wiesenthal, M. (2002). *Diccionario Salvat del vino* (2.<sup>a</sup> ed.). Salvat.
- Wiesenthal, M. (2003). La paleta aromática del vino. *Técnica Industrial*, 249, 76-82.

Wislocka Breit, B. (2014). Appraisal Theory applied to the wine tasting sheet in English and Spanish. *Ibérica, Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 27, 97-120.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2870/287030196001.pdf>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DEL CORPUS

### 1. CORPUS DE TRATADOS

1. Alonso de Herrera, G. (1513). *Obra de Agricultura, compilada de diversos auctores por Gabriel Alonso de Herrera de mandado del muy ilustre y reverendísimo señor el cardenal de España, arcobispo [sic] de Toledo. Con privilegio real.* Arnao Guillén de Brocar.
2. Alonso de Herrera, G. (1818-1819). *Agricultura general de Gabriel Alonso de Herrera, corregida según el texto original de la primera edición publicada en 1513 por el mismo autor, y adicionada por la Real Sociedad Económica Matritense.* Imprenta Real.
3. Carbonell Bravo, F. (1820). *El arte de hacer y conservar el vino, con una noticia a cerca de la fabricación del vinagre.* Oficina de Don Antonio Brusi.
4. Castellet, B. (1865). *Enología Española o Tratado sobre los vinos de España y su bonificación.* Imprenta de Gómez e Inglada.
5. Chaptal, A (1800). *L'Art de faire le vin.* Chez Déterville.
6. Pacottet, P. y Guittonneau, L.(1912): *Eaux-de-vie-et-vinaigre.* J. B. Baillièrre et fils.
7. Pasteur, L. (1866): *Études sur le vin: ses maladies, causes qui les provoquent, procédés nouveaux pour le conserver et pour le vieillir.* Imprimerie impériale.
8. Rojas Clemente y Rubio, S. (1807). *Ensayo sobre las variedades de la vid común que vegetan en Andalucía.* Imprenta de Villalpando.
9. Serres, O. (1600). *Le théâtre d'agriculture et mésnage des champs.* Metayer.
10. Simón Cerrato, A. (1900). *Manual práctico para elaborar vinos, vinagres, aguardientes espíritus, licores, aceites, jarabes y aguas olorosas, como también para remediar sus adulteraciones.* Librería Editorial de Bailly-Baillièrre e Hijos.

## 2. CORPUS DEL ANÁLISIS TEXTUAL CONTRASTIVO ENTRE VINO Y VINAGRE

### 2.1. Corpus de fichas técnicas de vino

11. Agroalimentaria Virgen del Rocío. Tejares. *Vino Oloroso*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.raigal.es/oloroso/16-tejares-vino-oloroso-750-ml.html>
12. Bodega Alvear. *Ladera de Benavente 2021*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/3-miradas/140-ladera-de-benavente-2020.html>
13. Bodega Alvear. *Magnum Fino Capataz Solera de la Casa*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/vinos-miticos/104-magnum-fino-capataz-solera-de-la-casa-.html>
14. Bodega Alvear. *Pedro Ximénez 1927*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/clasicos/43-pedro-ximenez-1927.html>
15. Bodegas Barbadillo. *Cuco VORS*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/cuco-vors/>
16. Bodegas Barbadillo. *Don Benigno – Palo Cortado 1/1*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/don-benigno-palo-cortado-bota-unica/>
17. Bodegas Barbadillo. *Reliquia Oloroso*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/reliquia-oloroso/>
18. Bodegas Caballero. *Fino La Ina formato media botella (37,5 cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://caballero.es/tienda/vinos/vinos-de-jerez/fino-la-ina-media/>
19. Bodegas Caballero. *Oloroso Río Viejo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://caballero.es/tienda/vinos/vinos-de-jerez/oloroso-rio-viejo/>
20. Bodegas Cayetano del Pino. *Vino Palo Cortado VOS*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://cayetanodelpino.com/tienda/vinos-generosos/palo-cortado/palo-cortado-vos>
21. Bodegas Delgado. *Botella 75cl F.E.O*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-75cl-f-e-o/>
22. Bodegas del Pino. *Pedro Ximénez Caballerizas Reales*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/coleccion/pedro-ximenez-caballerizas-reales/>

23. Bodegas del Pino. *Pedro Ximénez Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/coleccion/pedro-ximenez-ecologico/>
24. Bodegas Juncales. *Condado Pálido Fino*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjunciales.es/product/condado-palido/>
25. Bodegas Juncales. *Condado Viejo Oloroso*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjunciales.es/product/condado-viejo-oloroso/>
26. Bodegas Juncales. *Verdeluz Cream*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjunciales.es/product/verdeluz-cream/>
27. Bodegas Oliveros. *Oliveros Coupage*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinos/vinos-blancos/coupage/>
28. Bodegas Oliveros. *Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinos/vinos-dulces/pedro-ximenez/>
29. Bodegas Oliveros. *Vino Naranja Oliveros*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinos/vinos-de-naranja/vino-naranja/>
30. Bodegas Oliveros. *Vino Semiseco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.bodegasoliveros.com/wp-content/uploads/2020/01/Semisec\\_ESP.pdf](https://www.bodegasoliveros.com/wp-content/uploads/2020/01/Semisec_ESP.pdf)
31. Bodegas Pérez Barquero. *Gran Barquero Palo Cortado*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/gran-barquero-palo-cortado>
32. Cooperativa Vitivinícola del Condado. *Misterio Oloroso Condado Muy Viejo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinicoladelcondado.com/producto/misterio-condado-muy-viejo/>
33. Cooperativa Vitivinícola del Condado. *Misterio Oloroso Condado Viejo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinicoladelcondado.com/producto/misterio-condado-viejo/>
34. Diez Merito. *Amontillado Fino Imperial Vors*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/amontillado-fino-imperial-vors/>
35. Diez Merito. *Medium Bertola*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/medium-bertola/>
36. Lustau. *Fino del Puerto*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/vinos-de-jerez/solera-familiar/lustau-fino-del-puerto/>
37. Lustau. *Oloroso Emperatriz Eugenia (50 cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/vinos-de-jerez/vinos-singulares/lustau-oloroso-emperatriz-eugenia/>

38. Toro Albalá. *Centenario Amontillado*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinos-espanol/fichas-vinos/centenario/centenario-amontillado>
39. Toro Albalá. *Marqués De Poley Amontillado 1951*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinos-espanol/fichas-vinos/marques-de-poley/marques-de-poley-amontillado-1951>
40. Toro Albalá. *Vieja Cosecha 1973*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinos-espanol/fichas-vinos/vieja-cosecha/vieja-cosecha-1973>

## 2.2. Corpus de fichas técnicas de vinagre

41. Agroalimentaria Virgen del Rocío. *Vinagre Blanca Paloma*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.raigal.es/vinagre-de-yema/38-vinagre-blanca-paloma-botella-250-ml.html>
42. Bodega Alvear. *Vinagre al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/clasicos/45-vinagre-de-pedro-ximenez-sweet.html>
43. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva – pulverizador*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-pulverizador/>
44. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-al-pedro-ximenez/>
45. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva/>
46. Bodegas Barbadillo. *Vinagre Reserva Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-ecologico/>
47. Bodegas del Pino. *Vinagre Balsámico De Pedro Ximénez Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/coleccion/vinagre-balsamico-al-pedro-ximenez-ecologico/>
48. Bodegas del Pino. *Vinagre De Vino Crianza Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/producto/vinagre-de-vino-crianza-ecologico/>

49. Bodegas Delgado. *Botella 37.5cl VINAGRE SECO GRAN RESERVA FLOR DEL GENIL*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-37-5cl-vinagre-seco-gran-reserva-flor-del-genil/>
50. Bodegas Juncuales. *Vinagre Viejo Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjuncuales.es/product/vinagre-viejo-reserva/>
51. Bodegas Oliveros. *Reserva 20 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/reserva-20-anos/>
52. Bodegas Oliveros. *Solera 10 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/solera-10-anos/>
53. Bodegas Oliveros. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/balsamico-al-pedro-ximenez/>
54. Bodegas Oliveros. *Vinagre de Bodega*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/vinagre-de-bodega/>
55. Cooperativa Vitivinícola del Condado. *Botarroble Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinicoladelcondado.com/producto/botarroble-reserva/>
56. Diez Merito. *Vinagre De Jerez Pemartin*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-de-jerez-pemartin/>
57. Diez Merito. *Vinagre Pemartin Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-pemartin-reserva/>
58. Luis Felipe. *Corumbel Reserva Vinagre DOP 500 ML*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tiendaluisfelipe.es/corumbel-y-la-flor-del-cdo-vinagres/8-corumbel-reserva-vinagre-dop-500-ml.html>
59. Luis Felipe. *La Flor Del Condado Gourmet 2 X 250ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tiendaluisfelipe.es/corumbel-y-la-flor-del-cdo-vinagres/9-la-flor-del-condado-gourmet-2-x-250ml.html>
60. Luis Felipe. *Vinagre Añada 1940*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasoliveros.com/tienda/vinagres/33-vinagre-anada-1940.html>
61. Lustau. *Vinagre Reserva al PX 1/5 (37,5 cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/otros-productos/vinagre-de-jerez/vinagre-lustau-reserva-al-px-1-5/>

62. Lustau. *Vinagre Reserva Lustau 1/24 (37,5 cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/otros-productos/vinagre-de-jerez/vinagre-reserva-lustau-1-24/>

63. Bodega Pérez Barquero. *Vinagre Gran Reserva Solera*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/vinagre-gran-reserva-solera>

64. Bodega Pérez Barquero. *Vinagre Seco Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/vinagre-gran-reserva-solera-duplicate>

65. Toro Albalá. *Gran Reserva 25 Años Balsámico Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-25-anos-balsamico-px>

66. Toro Albalá. *Gran Reserva Añada 1998 Fino Seco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/anada-gr-2008/gr-anada-1998-fino-seco>

67. Tramontana. *Vinagre De Jerez Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagrejerez.com/vinagre-jerez-gran-reserva.html>

68. Tramontana. *Vinagre De Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagrejerez.com/vinagre-jerez-reserva.html>

69. Único Vinagres. *Vinagre de Vino Oloroso Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co 250 ml D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/producto/vinagre-de-vino-oloroso-gran-reserva-50/>

70. Único Vinagres. *Vinagre de Vino Oloroso Reserva 10 Sotolongo D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-de-vino-oloroso-crianza-sotolongo-con-do-m-m/>

### **3. CORPUS DE FICHAS TÉCNICAS – ACETICORPUS**

#### **3.1. Corpus de fichas técnicas en español**

71. Aceites del Sur COOSUR. *Vinagre de Jerez COOSUR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.coosur.com/collections/vinagres/products/vinagre-de-jerez-coosur>.

72. Aceites del Sur COOSUR. *Vinagre de vino reserva COOSUR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de

<https://tienda.coosur.com/collections/vinagres/products/vinagre-de-vino-reserva-coosur>.

73. Aceites La Maja. *Vinagre balsámico – 25 centilitros*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.aceiteslamaja.com/product/vinagre-balsamico-25cl/>.

74. Aceites La Maja. *Vinagre de vino – 75cl y 25cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.aceiteslamaja.com/product/vinagre-de-vino-75cl-y-25cl/>.

75. Bodega Católico Agrícola. *Fuente de Oro Vinagre de Chipiona*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://catatu.es/gourmet/fuente-de-oro-vinagre-de-chipiona>.

76. Bodega Diez Merito. *Vinagre De Jerez Pemartin*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-de-jerez-pemartin/>.

77. Bodega Diez Merito. *Vinagre Pemartin Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-pemartin-reserva/>.

78. Bodega L'Estornell. *Vinagre L'Estornell*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.oliviacanta.com/product/300199/vinagre-lestornell?srsId=AfmBOopxQv4t6-kd0h1TacTLpY\\_J9Yy-klthAyh1EGVC5a4ENvt3XIHY](https://www.oliviacanta.com/product/300199/vinagre-lestornell?srsId=AfmBOopxQv4t6-kd0h1TacTLpY_J9Yy-klthAyh1EGVC5a4ENvt3XIHY).

79. Bodegas Alvear. *Vinagre al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/clasicos/45-vinagre-de-pedro-ximenez-sweet.html>.

80. Bodegas Alvear. *Vinagre de Pedro Ximénez Dry*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.tiendaalvear.es/clasicos/66-vinagres-de-pedro-ximenez-dry.html>.

81. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva – pulverizador*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-pulverizador/>.

82. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva al Moscatel*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-al-moscatel/>.

83. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-al-pedro-ximenez/>.

84. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva-ecologico/>.

85. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/producto/vinagre-de-jerez-reserva/>.

86. Bodegas Delgado. *Botella 20 Cl. Vinagre Balsámico Al Px Delgado 1874*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-20-cl-vinagre-balsamico-al-px-delgado-1874/>.

87. Bodegas Delgado. *Botella 20 Cl. Vinagre Seco Delgado 1874*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-20-cl-vinagre-seco-delgado-1874/>.

88. Bodegas Delgado. *Botella 37,5 Cl Vinagre Balsámico Al Px Gran Reserva Flor Del Genil*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-375-cl-vinagre-balsamico-al-px-gran-reserva-flor-del-genil/>.

89. Bodegas Delgado. *Botella 37.5cl Vinagre Seco Gran Reserva Flor Del Genil*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegasdelgado.com/product/botella-37-5cl-vinagre-seco-gran-reserva-flor-del-genil/>.

90. Bodegas Díaz. *Bálsamodelcdo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <http://www.bodegasdiaz.com/index.php/productos/embotellados/otros-productos/otros-productos-balsamo-vinagre>.

91. Palomino y Vergara. *Vinagre Px Dios Baco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdiosbaco.com/product/vinagre-px/>.

92. Palomino y Vergara. *Vinagre de Jerez EL COCINERO*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://palominoyvergara.com/?product=vinagre-de-jerez-el-cocinero/>.

93. Bodegas El Pino. *Vinagre Balsámico Al Pedro Ximénez Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/coleccion/vinagre-balsamico-al-pedro-ximenez-ecologico/>.

94. Bodegas El Pino. *Vinagre De Vino Crianza Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasdelpino.com/coleccion/vinagre-de-vino-crianza-ecologico/>.

95. Bodegas González Rico. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.gonzalezrico.es/vinagre-de-jerez/>.
96. Bodegas González Rico. *Vinagre de Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.gonzalezrico.es/vinagre-de-jerez/>.
97. Bodegas Juncuales. *Vinagre Viejo Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjuncuales.es/product/vinagre-viejo-reserva/>.
98. Bodegas Juncuales. *Vinagre Viejo Solera*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasjuncuales.es/product/vinagre-viejo-solera/>.
99. Bodegas Lustau. *1/24 Vinagre Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/coleccion/vinagres/1-24-vinagre-reserva/>.
100. Bodegas Lustau. *1/5 Vinagre Reserva al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/coleccion/vinagres/1-5-vinagre-reserva-al-pedro-ximenez/>.
101. Bodegas Málaga Virgen: *Vinagre Málaga Virgen «Spray»*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasmalagavirgen.com/producto/vinagre-malaga-virgen-spray-250-ml/>.
102. Bodegas Oliveros. *Vinagre Añada 1940*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bodegasoliveros.com/tienda/vinagres/33-vinagre-anada-1940.html>.
103. Bodegas Oliveros. *Reserva 20 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/reserva-20-anos/>.
104. Bodegas Páez Morilla. *Vinagre de Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegaspaezmorilla.net/nuestros-productos>.
105. Bodegas Páez Morilla. *Vinagre de Jerez al Moscatel*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegaspaezmorilla.net/nuestros-productos>.
106. Bodegas Páez Morilla. *Vinagre de Jerez al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegaspaezmorilla.net/nuestros-productos>.
107. Bodegas Páez Morilla. *Vinagre de Jerez Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegaspaezmorilla.net/nuestros-productos>.
108. Bodegas Páez Morilla. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegaspaezmorilla.net/nuestros-productos>.
109. Bodegas Pérez Barquero. *Vinagre Gran Reserva al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/vinagre-gran-reserva-solera-duplicate>.

110. Bodegas Pérez Barquero. *Vinagre Gran Reserva Solera*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://perezbarquero.com/vinos/vinagre-gran-reserva-solera>.

111. Bodegas Rey Fernando de Castilla. *Vinagre Fernando de Castilla "La Bodega" Reserva Premium 25cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/4071-vinagre-fernando-de-castilla-la-bodega-reserva-premium-25cl-8423360030036.html>.

112. Bodegas Rey Fernando de Castilla. *Vinagre Fernando de Castilla "La Bodega" Reserva Premium P.X. 25cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/4072-vinagre-fernando-de-castilla-la-bodega-reserva-premium-px-25cl-8423360030043.html>.

113. Bodegas Rey Fernando de Castilla. *Vinagre Fernando de Castilla Tradicional 37cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/4068-vinagre-fernando-de-castilla-tradicional-37cl-8423360030050.html>.

114. Bodegas Robles. *Piedra Luenga vinagre de crianza*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/piedra-luenga-vinagre-de-crianza/>.

115. Bodegas Robles. *Piedra Luenga vinagre de Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/piedra-luenga-vinagre-de-pedro-ximenez/>.

116. Bodegas Robles. *Piedra Luenga vinagre de vino tinto*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/piedra-luenga-vinagre-de-vino-tinto/>.

117. Bodegas Robles. *Piedra Luenga Vinagre Oloroso*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/piedra-luenga-vinagre-oloroso/>.

118. Bodegas Robles. *VB vinagre de crianza 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/piedra-luenga-vinagre-de-crianza/>.

119. Bodegas Robles. *VB vinagre de Pedro Ximénez 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/vb-vinagre-de-pedro-ximenez-250-ml/>.

120. Bodegas Robles. *VB vinagre de vino tinto 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/vb-vinagre-de-vino-tinto-250-ml/>.

121. Bodegas Robles. *VB Vinagre Oloroso 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasrobles.es/producto/vb-vinagre-oloroso-250-ml/>.
122. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre de Jerez Bodegas Sánchez Romate*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://saboresdecarmen.com/es/vinagres/445-vinagre-de-jerez-bodegas-sanchez-romate.html>.
123. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre Reserva PX*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.romate.com/product/vinagre-reserva-px>.
124. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre Reserva Romate*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.romate.com/product/vinagre-reserva-romate>.
125. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva 25 Años Balsámico Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-25-anos-balsamico-px>.
126. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva 25 Años Seco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-25-anos-seco>.
127. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva 50 Años Balsámico Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-50-anos-balsamico-px>.
128. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Añada 1998 Balsámico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/anada-gr-2008/gr-anada-1998-balsamico>.
129. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Balsámico 1980*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gourmet/gran-reserva-balsamico-1980>.
130. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Chef Balsámico Al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gourmet/gran-reserva-chef>.
131. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Halal Balsámico Al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gourmet/gran-reserva-halal>.
132. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Seco 1980*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gourmet/gran-reserva-seco-1980>.

133. Bodegas Toro Albalá. *Reserva 5 Años Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/reserva/reserva-5-anos-px>.
134. Bodegas Toro Albalá. *Reserva Fino Seco 5 Años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/reserva/reserva-5-anos-fino-seco>.
135. Borges. *Vinagre de Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://borges.es/productos/vinagres/vinagre-jerez/>.
136. Borges. *Vinagre de vino blanco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://borges.es/productos/vinagres/vinagre-de-vino-blanco/>.
137. Borges. *Vinagre de vino tinto*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://borges.es/productos/vinagres/vinagre-vino-tinto/>.
138. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre de Moscatel Mestral*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/BO000352/1-x-vinagre-de-moscatel-mestral-bot-250-ml>.
139. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre de vino Mestral Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/ME000367/12-x-vinagre-de-vino-mestral-ecologico-bot-250ml>.
140. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre Balsámico Chardonnay Aragem*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/BO000357/1-x-vinagre-balsamico-chardonnay-aragem-bot-250-ml>.
141. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre de Solera Aragem botella negra*. Disponible en <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/BO000358/1-x-vinagre-de-solera-aragem-botella-negra-250-ml>[Última visita: 15 de abril de 2025]
142. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre de garnacha Mestral*. Disponible en: <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/ME000140/12-x-vinagre-de-garnacha-mestral-bot-250-ml>.
143. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vinagre de Jerez DOP Mestral*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/es/comprar-aceite/ME000135/12-x-vinagre-de-jerez-dop-mestral-bot-250-ml>.
144. Cooperativa La Aurora. *Vinagre Dulce al Pedro Ximénez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegaslaaurora.com/vinagre/81-vinagre-dulce-al-pedro-ximenez-reserva-12-botellas.html>.

145. Cooperativa La Aurora. *Vinagre de Vino La Aurora - Cristal 250 ML (12 Botellas)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.bodegaslaaurora.com/vinagre/81-vinagre-dulce-al-pedro-ximenez-reserva-12-botellas.html>.
146. Cooperativa La Unión. *Vinagre Reserva Los Omeya 25 cl (24 Unidades)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://cooperativaunion.com/producto/vinagre-reserva-los-omeya-25-cl/>.
147. Corumbel. *Corumbel Reserva Vinagre Dop 500 Ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tiendaluisfelipe.es/corumbel-y-la-flor-del-cdo-vinagres/8-corumbel-reserva-vinagre-dop-500-ml.html>.
148. Corumbel. *La Flor Del Condado Gourmet 2 X 250ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tiendaluisfelipe.es/corumbel-y-la-flor-del-cdo-vinagres/9-la-flor-del-condado-gourmet-2-x-250ml.html>.
149. El Indiano. *Vinagre reserva Jerez el Indiano*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegascarballo.es/vinagres/911-vinagre-reserva-jerez-el-indiano.html>.
150. El Indiano. *Vinagre reserva Jerez Pedro Ximénez el Indiano*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegascarballo.es/vinagres/910-vinagre-reserva-jerez-pedro-ximenez-el-indiano.html>.
151. El Majuelo. *Vinagre balsámico de Módena*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.abuelaconcha.com/tienda/vinagre-balsamico-de-modena/>.
152. El Majuelo. *Vinagre de Jerez al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.abuelaconcha.com/tienda/vinagre-jerez-al-pedro-ximenez/>.
153. El Majuelo. *Vinagre de Jerez al PX Macetilla*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.abuelaconcha.com/tienda/vinagre-jerez-px-macetilla/>.
154. El Majuelo. *Vinagre de Jerez Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.abuelaconcha.com/tienda/vinagre-jerez-ecologico/>.
155. El Majuelo. *Vinagre de Jerez Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.abuelaconcha.com/tienda/vinagre-jerez-gran-reserva/>.
156. Finca La Torre. *Finca La Torre Vinagre Pedro Ximénez BIO*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://fincalatorre.com/product/vinagre-pedro-ximenez-ecologico-bio/>.

157. Forum Cabernet. *Vinagre Forvm Cabernet Sauvignon 1l*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/1562-vinagre-forvm-cabernet-sauvignon-1l-8426365000219.html>.

158. Goyval Vinagres S.L. *Vinagre Balsámico Blanco Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.ladispensadedulcinea.com/dispensa/11467261/vinagre-balsamico-blanco.html>.

159. Goyval Vinagres S.L. *Vinagre balsámico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.ladispensadedulcinea.com/dispensa/4540958/vinagre-balsamico.html>.

160. Grupo Estévez. *Vinagre de Jerez Superior*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?id=41>.

161. Grupo Estévez. *Vinagre de Jerez Valdespino Reserva 25cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/3838-vinagre-de-jerez-valdespino-reserva-25cl-8412449130057.html>.

162. Grupo Estévez. *Vinagre La Posada*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?id=114>.

163. Grupo Estévez. *Vinagre La Posada*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/3837-vinagre-la-posada-8412449100227.html>.

164. Grupo Estévez. *Vinagre Reserva 250cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?id=115>.

165. La Chinata. *Vinagre de Jerez D.O.P.* Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://espanaenlamesa.com/index.php?id\\_product=172&id\\_product\\_attribute=0&rewrite=jerez-dop-chinata&controller=product](https://espanaenlamesa.com/index.php?id_product=172&id_product_attribute=0&rewrite=jerez-dop-chinata&controller=product).

166. Lagar Blanco. *Vinagre al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lagarblanco.es/vinos/>.

167. Lagar Blanco. *Vinagre Gran reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lagarblanco.es/vinos/>.

168. Lágrima de Malvasía. *Lágrima De Malvasía Blanco Seco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://larondagourmet.com/inicio/414-lagrima-de-malvasia-blanco-seco.html>.

169. Lágrima de Malvasía. *Vinagre Balsámico Lágrima de Malvasía*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de

[https://espanaenlamesa.com/index.php?id\\_product=869&rewrite=vinagre-de-vino-pedro-ximenez-12-anos&controller=product](https://espanaenlamesa.com/index.php?id_product=869&rewrite=vinagre-de-vino-pedro-ximenez-12-anos&controller=product).

170. Luque Ecológico. *D.O. Jerez Vinagre Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://luque.bio/vinagre-ecologico-d.o-jerez/>.

171. Luque Ecológico. *Pedro Ximénez Vinagre Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://luque.bio/vinagre-ecologico-pedro-jimenez/>.

172. Luque Ecológico. *Reducción P.X. Vinagre Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://luque.bio/vinagre-ecologico-reduccion-de-vinagre-p.x/>.

173. Lustau. *Lustau Vinagre Reserva 1/24 - 37,5cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/8328-lustau-vinagre-reserva-124-8412325000573.html>.

174. Lustau. *Vinagre Forvm Chardonnay 50cl*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.lavinateria.net/es/vinagres-y-acetos/599-vinagre-forvm-chardonnay-50cl-8426365000196.html>.

175. Pago Baldíos San Carlos. *full moon Vinagre Balsámico Gran Reserva 12 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.pagobaldiosancarlos.com/full-moon/#vinagre>.

176. Pago Baldíos San Carlos. *full moon Vinagre Gran Reserva Transparente*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.pagobaldiosancarlos.com/full-moon/#vinagre>.

177. San Carlos Gourmet. *Vinagre Balsámico Transparente Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://espanaenlamesa.com/index.php?id\\_manufacturer=209&controller=manufacturer](https://espanaenlamesa.com/index.php?id_manufacturer=209&controller=manufacturer).

178. Soler Romero. *Vinagre Balsámico Blanco Ecológico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://espanaenlamesa.com/index.php?id\\_product=229&id\\_product\\_attribute=0&rewrite=vinagre-balsamico-blanco-ecologico&controller=product](https://espanaenlamesa.com/index.php?id_product=229&id_product_attribute=0&rewrite=vinagre-balsamico-blanco-ecologico&controller=product).

179. Soler Romero. *Vinagre de Jerez ecológico Soler Romero*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://pandelino.es/tienda/productos-gourmet/despensa/aceites-y-vinagres/vinagre-de-jerez-ecologico-soler-romero>.

180. Sotaroni. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez - Gran Reserva 25*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://sotaroni.es/collections/vinagre-de-vino/products/vinagre-balsamico-al-moscotel-reserva-12>.

181. Sotaroni. *Vinagre Jerez Reserva DOP*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://sotaroni.es/collections/vinagre-de-vino/products/vinagre-de-jerez-reserva-denominacion-de-origen-prottegida>.
182. Terra Selecta. *1730 Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.terraselecta.com/producto/1730-vinagre-de-jerez-reserva/>.
183. Terra Selecta. *Vinagre de Familia*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.terraselecta.com/producto/vinagre-de-familia/>.
184. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez Gran Reserva Sacristía 25 Un&Co D.O. Montilla-Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/sacristia-gran-reserva-25-do-m-m/>.
185. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/sacristia-gran-reserva-50-con-do-m-m/>.
186. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez R15 Sotolongo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-balsamico-al-pedro-ximenez-sotolongo/>.
187. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez Reserva 12 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/balsamico-al-pedro-ximenez-reserva-12/>.
188. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico de Fino R12 Un&Co*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-balsamico-de-fino/>.
189. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Montilla-Moriles al Pedro Ximénez Balsámico. Gran Reserva 50 Sacristía*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/sacristia-gran-reserva-50-con-do-m-m/>.
190. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico de Moscatel R15 Sotolongo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-dulce-o-balsamico-al-moscatel-sotolongo/>.
191. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre Balsámico de Moscatel R15 Un&Co*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-dulce-o-balsamico-al-moscatel/>.
192. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Vino Oloroso Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de

<https://unicovinagresysalsas.com/sacristia-gran-reserva-50-vinagre-de-vino-oloroso-con-do-m-m/>.

193. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Vino Oloroso Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/sacristia-gran-reserva-50-vinagre-de-vino-oloroso-con-do-m-m/>.

194. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Vino Oloroso Reserva 10 Sotolongo D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-de-vino-oloroso-crianza-sotolongo-con-do-m-m/>.

195. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Vino Oloroso Reserva 10 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/balsamico-al-pedro-ximenez-reserva-12-2/>.

196. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-de-jerez/>.

197. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-de-jerez-reserva/>[Última visita: 15 de abril de 2025]

198. Único Vinagres y Salsas. *Vinagre de Vino Reserva 8 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/vinagre-reserva-8-con-do-m-m/>.

199. Vinagres de Jerez. *Vinagre De Jerez Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagrejerez.com/vinagre-jerez-gran-reserva.html>.

200. Vinagres de Jerez. *Vinagre De Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagrejerez.com/vinagre-jerez-reserva.html>.

201. Vinagres Do Ribeiro. *Albarro – Doce de Uvas Pasas*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagresdoribeiro.gal/product/albarro-doce-de-uvas-pasas/>.

202. Vinagres Do Ribeiro. *Reserva 2017 – III Edición*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagresdoribeiro.gal/product/reserva-2017/>.

203. Vinaharo. *Vinagre balsámico Rioja GAR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-balsamico-rioja-gar-botella-500ml/>.

204. Vinaharo. *Vinagre de vino GAR añejo Rioja 5 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-gar-anejo-rioja-5-anos-botella-500ml/>.

205. Vinaharo. *Vinagre de vino tinto GAR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-tinto-gar-caja-de-24-botellas-de-500ml/>.

206. Vinaharo. *Vinagre de vino Vindaro añejo-crianza Rioja 5 años – Botella 250ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-vindaro-anejo-crianza-rioja-5-anos-botella-250ml/>.

207. Vinaharo. *Vinagre de vino Vindaro balsámico Rioja 10 años – Botella 100ml (spray)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-vindaro-balsamico-rioja-10-anos-botella-100ml-spray/>.

208. Vinaharo. *Vinagre de vino blanco GAR – Caja de 15 botellas de 1 litro*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-blanco-gar-caja-de-15-botellas-de-1-litro/>.

209. Vinaharo. *Vinagre de vino Vindaro gran reserva 1980 – Botella 125ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://tienda.vinaharo.com/producto/vinagre-de-vino-vindaro-gran-reserva-1980-botella-125ml/>.

210. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino Tinto (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-tinto-tradicional-riojavina/#>.

211. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino blanco (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-blanco-tradicional-riojavina/>.

212. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino Tinto Ecológico (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-tinto-ecologico-riojavina/>.

213. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Jerez (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-jerez/>.

214. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino de Rioja Envejecido (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-de-la-rioja-envejecido/>.

215. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino Blanco Ecológico (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-blanco-ecologico-riojavina/>.

216. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre Balsámico (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-balsamico-riojavina/>.

217. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Jerez Reserva (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-jerez-reserva-riojavina/>.

218. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino Blanco (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-blanco-riojavina/>.

219. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre de Vino tinto (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-de-vino-tinto-riojavina/>.

220. Vinagrerías Riojanas. *Vinagre para Encurtidos (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/producto/vinagre-encurtidos-riojavina/>.

221. Ximénez Spinola. *Vinagre en Rama*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://ximenezspinola.com/collections/3-acetifiacion/products/vinagre-en-rama>.

## 2.2 Corpus de las fichas técnicas traducidas al inglés

222. Bodegas Alvear. *Vinagre de Pedro Ximénez Sweet*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.alvear.es/en/portfolio/vinagre-de-pedro-ximenez-sweet/>.

223. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva – pulverizador*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/en/producto/vinagre-de-jerez-reserva-pulverizador/>.

224. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva al Moscatel*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/en/producto/vinagre-de-jerez-reserva-al-moscatel/>.

225. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/en/producto/vinagre-de-jerez-reserva-al-pedro-ximenez/>.

226. Bodegas Barbadillo. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.barbadillo.com/en/producto/vinagre-de-jerez-reserva/>.

227. Bodegas González Rico. *Vinagre de Jerez Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.gonzalezrico.es/vinagre-de-jerez/>.

228. Bodegas González Rico. *Vinagre de Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.gonzalezrico.es/vinagre-de-jerez/>.
229. Bodegas Oliveros. *Reserva 20 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/winegars/reserva-20-anos/>.
230. Bodegas Oliveros. *Solera 10 años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/winegars/solera-10-anos/>.
231. Bodegas Oliveros. *Vinagre Añada 1940*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/winegars/vinagre-anada-1940/>.
232. Bodegas Oliveros. *Vinagre Balsámico al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.bodegasoliveros.com/vinagres/balsamico-al-pedro-ximenez/>.
233. Bodegas Páez Morilla. *Adelantado*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://files.123inventatuweb.com/80/4f/804f61c5-48d1-47c6-89d4-fe20857a49f7.pdf>.
234. Bodegas Páez Morilla. *Reserva 12*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://files.123inventatuweb.com/67/81/678115c0-e7c8-4337-849e-7366a5bb4ed7.pdf>.
235. Bodegas Páez Morilla. *Reserva 25*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://files.123inventatuweb.com/67/81/678115c0-e7c8-4337-849e-7366a5bb4ed7.pdf>.
236. Bodegas Páez Morilla. *Reserva Páez Morilla*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://files.123inventatuweb.com/67/81/678115c0-e7c8-4337-849e-7366a5bb4ed7.pdf>.
237. Bodegas Pérez Barquero. *Vinagre al Pedro Ximénez Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.perezbarquero.com/wp-content/uploads/2023/05/Ficha-Vinagre-Gran-Reserva-al-PX-Perez-Barquero.pdf>.
238. Bodegas Pérez Barquero. *Vinagre Seco Gran Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.perezbarquero.com/wp-content/uploads/2023/05/Ficha-Vinagre-Gran-Reserva-Seco-Perez-Barquero.pdf>.
239. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre Reserva PX*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.romate.com/romate/vinagre-reserva-px?lang=en>.
240. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre Reserva Romate*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.romate.com/romate/vinagre-reserva-romate?lang=en>.
241. Bodegas Sánchez Romate. *Vinagre Romate*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.romate.com/romate/sherry-vinegar-romate?lang=en>.

242. Bodegas Toro Albalá. *25 Años Balsámico Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-25-anos-balsamico-px>.

243. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva 50 Años Balsámico Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gran-reserva-luxury/gran-reserva-50-anos-balsamico-px>.

244. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Añada 1998 Balsámico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/anada-gr-2008/gr-anada-1998-balsamico>.

245. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Añada 1998 Fino Seco*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/anada-gr-2008/gr-anada-1998-fino-seco>.

246. Bodegas Toro Albalá. *Gran Reserva Chef Balsámico Al Pedro Ximénez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/gourmet/gran-reserva-chef>.

247. Bodegas Toro Albalá. *Reserva 5 Años Px*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/reserva/reserva-5-anos-px>.

248. Bodegas Toro Albalá. *Reserva 5 años PX*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/reserva/reserva-5-anos-px>.

249. Bodegas Toro Albalá. *Reserva Fino Seco 5 Años*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.toroalbala.es/vinagres-espanol/fichas-tec-vinagres/reserva/reserva-5-anos-fino-seco>.

250. Cooperativa Agrícola Cambrils. *12 X Balsamic Vinegar Chardonnay Aragem 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/AR000010/12-x-balsamic-vinegar-chardonnay-aragem-250-ml>.

251. Cooperativa Agrícola Cambrils. *12 X Mestral muscat vinegar bot. 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/ME000135/12-x-mestral-sherry-vinegar-pdo-bot-250-ml>.

252. Cooperativa Agrícola Cambrils. *6 X Mestral black Grenache vinegar, dark Doric bottle 500 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de

<https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/ME000323/6-x-mestral-black-grenache-vinegar-dark-doric-bottle-500-ml>.

253. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Balsamic Vinegar Chardonnay Aragem 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/BO000357/1-x-balsamic-vinegar-chardonnay-aragem-250-ml>.

254. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Mestral Sherry Vinegar PDO bot. 250 ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/ME000135/12-x-mestral-sherry-vinegar-pdo-bot-250-ml>.

255. Cooperativa Agrícola Cambrils. *Vintage Solera Vinegar Aragem, dark bottle 250ml*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mestralcambrils.com/en/buy-olive-oil/BO000358/1-x-vintage-solera-vinegar-aragem-dark-bottle-250ml>.

256. Diez Merito. *Vinagre De Jerez Pemartin*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-de-jerez-pemartin/>.

257. Diez Merito. *Vinagre De Jerez Pemartin*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://diezmerito.com/tienda/vinagre-de-jerez-pemartin/>.

258. Grupo Estévez. *Reserve Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?id=115>.

259. Grupo Estévez. *Vinagre De Jerez Superior*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?id=41>.

260. Grupo Estévez. *Vinagre La Posada*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.grupoestevez.es/tienda/producto.cfm?lang=en&id=114>.

261. Luis Felipe. *Corumbel*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.luisfelipe.es/en/corumbel-reserva-vinegar/>.

262. Luis Felipe. *La Flor Del Condado Gourmet Balsámico*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.luisfelipe.es/vinagre-la-flor-del-condado-gourmet-balsamico/>.

263. Luis Felipe. *La Flor Del Condado Gourmet Reserva*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.luisfelipe.es/vinagre-la-flor-del-condado-gourmet-reserva/>.

264. Lustau. *Vinagre Reserva Al PX 1/5 (37,5 Cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/otros-productos/vinagre-de-jerez/vinagre-lustau-reserva-al-px-1-5/>.

265. Lustau. *Vinagre Reserva Lustau 1/24 (37,5 Cl)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://lustau.es/tienda/otros-productos/vinagre-de-jerez/vinagre-reserva-lustau-1-24/>.

266. Único Vinagres y Salsas. *Fino Balsamic Vinegar R12 Un&Co*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/fino-balsamic-vinegar/>.

267. Único Vinagres y Salsas. *Moscatel Balsamic Vinegar R15 Sotolongo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/sweet-or-balsamic-vinegar-with-moscotel-sotolongo/>.

268. Único Vinagres y Salsas. *Moscatel Balsamic Vinegar R15 Un&Co*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/sweet-or-balsamic-vinegar-with-moscatel/>.

269. Único Vinagres y Salsas. *Oloroso Wine Vinegar Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/sacristia-gran-reserva-50-vinegar-of-oloroso-wine-with-do-m-m/>.

270. Único Vinagres y Salsas. *Oloroso Wine Vinegar Reserva 10 Sotolongo D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/oloroso-wine-vinegar-sotolongo-crianza-with-do-m-m/>.

271. Único Vinagres y Salsas. *Oloroso Wine Vinegar Reserva 10 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/oloroso-wine-vinegar/>.

272. Único Vinagres y Salsas. *Pedro Ximénez Balsamic Vinegar Gran Reserva Sacristía 25 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/sacristia-gran-reserva-25-con-do-m-m/>.

273. Único Vinagres y Salsas. *Pedro Ximénez Balsamic Vinegar Gran Reserva Sacristía 50 Un&Co D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/sacristia-gran-reserva-50-with-do-m-m/>.

274. Único Vinagres y Salsas. *Pedro Ximénez Balsamic Vinegar R15 Sotolongo*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/balsamic-vinegar-with-pedro-ximenez-sotolongo/>.

275. Único Vinagres y Salsas. *Pedro Ximénez Balsamic Vinegar Reserva 12 Un&Co 250 ml D.O. Montilla Moriles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/balsamic-of-pedro-ximenez-reserva-12/>.

276. Único Vinagres y Salsas. *Sherry Vinegar Reserva Sol&Tierra D.O. Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/vinegar-of-jerez-reserva/>.

277. Único Vinagres y Salsas. *Sherry Vinegar Sol&Tierra D.O. Jerez*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://unicovinagresysalsas.com/en/jerez-vinegar/>.

278. Vinagrería Vinaharo. *Balsamic vinegar Rioja GAR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-genericos/vinagre-balsamico-rioja-gar/>.

279. Vinagrería Vinaharo. *Red wine vinegar GAR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-genericos/vinagre-de-vino-tinto-gar/>.

280. Vinagrería Vinaharo. *VINARO white wine vinegar for pickles*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-genericos/vinagre-de-vino-blanco-vinaro-para-encurtidos/>.

281. Vinagrería Vinaharo. *Vintage wine vinegar GAR Rioja 5 years old*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-de-vino-especiales/vinagre-de-vino-gar-anejo-rioja-5-anos/>.

282. Vinagrería Vinaharo. *Vintage wine vinegar Vindaro-crianza Rioja 5 years old*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-de-vino-especiales/vinagre-de-vino-vindaro-anejo-crianza-rioja-5-anos/>.

283. Vinagrería Vinaharo. *White wine vinegar GAR*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-genericos/vinagre-de-vino-blanco-gar/>.

284. Vinagrería Vinaharo. *White wine vinegar VINARO*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-genericos/vinagre-de-vino-blanco-vinaro/>.

285. Vinagrería Vinaharo. *Wine vinegar Vindaro balsamic Rioja 10 years old*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-de-vino-especiales/vinagre-de-vino-vindaro-balsamico-rioja-10-anos/>.

286. Vinagrería Vinaharo. *Wine vinegar Vindaro gran reserva 1980*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinaharo.com/en/productos/vinagres-de-vino-especiales/vinagre-de-vino-vindaro-gran-reserva-1980/>.

287. Vinagreras Ríojanas. *Aged Rioja Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/aged-rioja-wine-vinegar-riojavina/>.

288. Vinagreras Ríojanas. *Organic Red Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/organic-red-wine-vinegar-riojavina/>.

289. Vinagreras Ríojanas. *Organic White Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/organic-white-wine-vinegar-riojavina/>.

290. Vinagreras Ríojanas. *Pickling Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/pickling-vinegar-riojavina/>.

291. Vinagreras Ríojanas. *Red Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/red-wine-vinegar-riojavina/>.

292. Vinagreras Ríojanas. *Red Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/red-wine-vinegar-riojavina-2/>.

293. Vinagreras Ríojanas. *Reserve Sherry Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/reserve-sherry-wine-vinegar-riojavina/>.

294. Vinagreras Ríojanas. *Rioja Balsamic Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/rioja-balsamic-vinegar-riojavina/>.

295. Vinagreras Ríojanas. *Sherry Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/sherry-wine-vinegar-riojavina/>.

296. Vinagreras Ríojanas. *White Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/white-wine-vinegar-riojavina-2/>.

297. Vinagreras Ríojanas. *White Wine Vinegar (Riojavina)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://riojavina.es/en/product/white-wine-vinegar-riojavina/>.

298. Vinagres do Riberiro. *Albarro – Twelve Raisins*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagresdoribeiro.gal/product/albarro-doce-de-uvas-pasas/>.

299. Vinagres do Riberiro. *Reserve 2017 – 3rd Edition*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagresdoribeiro.gal/product/reserva-2017/>.

### 2.3. Corpus de fichas técnicas estadounidenses

300. American Vinegar Works. *American Barrel California Sherry Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.americanvinegarworks.com/collections/wine-vinegar/products/american-barrel-california-sherry-vinegar>.

301. American Vinegar Works. *Better Than Champagne Chardonnay Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.americanvinegarworks.com/collections/wine-vinegar/products/better-than-champagne-chardonnay-wine-vinegar>.

302. American Vinegar Works. *Pink Pacific Rose Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.americanvinegarworks.com/collections/wine-vinegar/products/pink-pacific-rose-wine-vinegar>.

303. American Vinegar Works. *Ultimate Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.americanvinegarworks.com/collections/wine-vinegar/products/ultimate-red-wine-vinegar>.

304. Arlotta food. *Premium Lambrusco Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://arlottafood.com/products/lambrusco-wine-vinegar>.

305. Classic Wine Vinegar. *15 Year Imported Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/15-year-imported-balsamic-vinegar/>.

306. Classic Wine Vinegar. *25 Year Old Imported Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/25-year-old-imported-balsamic-vinegar/>.

307. Classic Wine Vinegar. *Cabernet Sauvignon Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/cabernet-sauvignon-vinegar/>.

308. Classic Wine Vinegar. *California Dark Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/california-dark-balsamic-vinegar/>.

309. Classic Wine Vinegar. *California Golden Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/california-golden-balsamic-vinegar/>.

310. Classic Wine Vinegar. *Champagne Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/champagne-vinegar-3/>.

311. Classic Wine Vinegar. *Rosé Champagne Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/rose-champagne-vinegar-2/>.
312. Classic Wine Vinegar. *Sherry Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/sherry-vinegar/>.
313. Classic Wine Vinegar. *Zinfandel Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://classicwinevinegar.com/product/zinfandel-vinegar/>.
314. Eden Foods. *Red Wine Vinegar - 32 fl oz*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://store.edenfoods.com/red-wine-vinegar-32-fl-oz/>.
315. Good Vinegar. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.goodvinegar.com/>.
316. Good Vinegar. *Rosé Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.goodvinegar.com/>.
317. Good Vinegar. *White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.goodvinegar.com/>.
318. Holland House Flavors. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://hollandhouseflavors.com/products/red-wine-vinegar/>.
319. Holland House Flavors. *White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://hollandhouseflavors.com/products/white-wine-vinegar/>.
320. Katz Farm. *Harvest Sauvignon Blanc vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.katzfarm.com/collections/katz-farm/products/katz-late-harvest-sauvignon-blanc-vinegar>.
321. Katz Farm. *Harvest Zinfandel Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.katzfarm.com/collections/katz-farm/products/katz-late-harvest-zinfandel-vinegar>.
322. Katz Farm. *Pinot Noir Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.katzfarm.com/collections/katz-farm/products/katz-pinot-noir-vinegar>.
323. Kimberly Wine Vinegars. *Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://kimberleywinevinegars.com/product/balsamic-vinegar/>.
324. Kimberly Wine Vinegars. *Organic Cabernet Sauvignon Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://kimberleywinevinegars.com/product/organic-cabernet-sauvignon-wine-vinegar/>.

325. Kimberly Wine Vinegars. *Organic Champagne Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://kimberleywinevinegars.com/product/organic-champagne-wine-vinegar/>.

326. Kimberly Wine Vinegars. *Organic Chardonnay Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://kimberleywinevinegars.com/product/organic-chardonnay-wine-vinegar/>.

327. Kimberly Wine Vinegars. *Organic Sherry Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://kimberleywinevinegars.com/product/organic-sherry-wine-vinegar/>.

328. Laconiko. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://laconiko.com/products/red-wine-vinegar>.

329. Laconiko. *White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://laconiko.com/products/white-wine-vinegar>.

330. Monarch. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.usfoods.com/great-food/featured-products/grocery/red-wine-vinegar.html>.

331. Oilandvinegar USA. *Marc de Champagne Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://oilandvinegarusa.com/products/marc-de-champagne-vinegar>.

332. Oilandvinegar USA. *O Aged Sherry Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://ooliveoil.com/products/o-aged-sherry-vinegar>.

333. Oilandvinegar USA. *O Cabernet Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://ooliveoil.com/products/o-cabernet-vinegar>.

334. Oilandvinegar USA. *O Oak Aged Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://ooliveoil.com/products/o-oak-aged-balsamic-vinegar>.

335. Oilandvinegar USA. *O White Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://ooliveoil.com/products/o-white-balsamic-vinegar>.

336. Oilandvinegar USA. *Rose Balsamic Vinegar Cava (250 ml/8.4 fl oz)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://oilandvinegarusa.com/products/rose-balsamic-vinegar-cava>.

337. Oilandvinegar USA. *White Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://oilandvinegarusa.com/products/white-balsamic-vinegar>.

338. Oliveoilandbeyond. *Balsamic Signature Reserve (SR1200)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyond.com/Balsamic-Signature-Reserve-p/2304.htm>.

339. Oliveoilandbeyong. *Balsamic Signature Reserve (SR1300)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Balsamic-Signature-Reserve-p/2312.htm>.

340. Oliveoilandbeyong. *Balsamic Signature Reserve (SR1330)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Balsamic-Signature-Reserve-p/2316.htm>.

341. Oliveoilandbeyong. *Cabernet Sauvignon Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Cabernet-Sauvignon-Wine-Vinegar-p/239-p.htm>.

342. Oliveoilandbeyong. *Champagne Balsamic*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Champagne-Balsamic-Vinegar-p/1810-p.htm>.

343. Oliveoilandbeyong. *Champagne Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Champagne-Vinegar-p/215-p.htm>.

344. Oliveoilandbeyong. *Chardonnay Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Chardonnay-Wine-Vinegar-p/2879-p.htm>.

345. Oliveoilandbeyong. *Merlot Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Merlot-Wine-Vinegar-p/236-p.htm>.

346. Oliveoilandbeyong. *Organic Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Organic-Red-Wine-Vinegar-p/206-p.htm>.

347. Oliveoilandbeyong. *Pinot Noir Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Pinot-Noir-Wine-Vinegar-p/212-p.htm>.

348. Oliveoilandbeyong. *Premium White Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/A-Premium-White-Balsamic-Vinegar-p/186-p.htm>.

349. Oliveoilandbeyong. *Prosecco Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Prosecco-Wine-Vinegar-p/2731-p.htm>.

350. Oliveoilandbeyong. *Reserve White Balsamic (SRW1200)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Signature-Reserve-White-Balsamic-p/2300.htm>.

351. Oliveoilandbeyong. *Sherry Reserva Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Sherry-Reserva-Vinegar-p/203-p.htm>.
352. Oliveoilandbeyong. *Traditional 12 YR Balsamic*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Traditional-12-Year-Balsamic-Vinegar-p/56-p.htm>.
353. Oliveoilandbeyong. *Traditional 18 YR Balsamic*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Traditional-Balsamic-Aged-18-years-p/183-p.htm>.
354. Oliveoilandbeyong. *White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.oliveoilandbeyong.com/Barrel-Aged-White-Wine-Vinegar-p/200-p.htm>.
355. Reese Specialty Foods. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://reesespecialtyfoods.com/product/red-wine-vinegar/>.
356. Reese Specialty Foods. *White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://reesespecialtyfoods.com/product/white-wine-vinegar/>.
357. Round Pond. *17 year aged Balsamico 100mL*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.roundpond.com/product/17-year-aged-balsamico-100ml-web>.
358. Round Pond. *Cabernet-Merlot Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.roundpond.com/product/cabernet-merlot-red-wine-vinegar>.
359. Round Pond. *Sangiovese-Nebbiolo Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.roundpond.com/product/sangiovese-nebbiolo-red-wine-vinegar-duplicate>.
360. Round Pond. *Sauvignon Blanc White Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.roundpond.com/product/sauvignon-blanc-white-vinegar>.
361. Spectrum Organics. *Organic Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.spectrumorganics.com/product/organic-balsamic-vinegar/>.
362. Spectrum Organics. *Organic Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.spectrumorganics.com/product/organic-red-wine-vinegar/>.
363. Stonewall Kitchen. *Aged Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/aged-balsamic-vinegar-551010.html>.
364. Stonewall Kitchen. *Champagne Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/champagne-vinegar-311235.html>.

365. Stonewall Kitchen. *Grand Reserve Balsamic Vinegar (25 Star)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/grand-reserve-balsamic-vinegar-25-star-311225.html>.

366. Stonewall Kitchen. *Organic Balsamic Vinegar (5 Star)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/organic-balsamic-vinegar-5-star-311227.html>.

367. Stonewall Kitchen. *Organic Golden Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/organic-golden-balsamic-vinegar-311228.html>.

368. Stonewall Kitchen. *Organic Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/organic-red-wine-vinegar-M311231.html>.

369. Stonewall Kitchen. *Organic White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/organic-white-wine-vinegar-M311232.html>.

370. Stonewall Kitchen. *Sherry Vinegar (15 Star)*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.stonewallkitchen.com/sherry-vinegar-15-star-311236.html>.

371. Texas Hill Country Olive Co. *Traditional Aged Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://texashillcountryoliveco.com/collections/balsamic/products/traditional>.

372. Texas Hill Country Olive Co. *White Balsamic Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://texashillcountryoliveco.com/collections/balsamic/products/white-balsamic-vinegar>.

373. The Olive Bin. *A-Premium White Balsamic*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.theolivebin.com/a-premium.html>.

374. The Olive Bin. *Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.theolivebin.com/red-wine-vinegar.html>.

375. Village Batch. *Organic Red Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://village-batch.myshopify.com/collections/village-batch-online-store/products/organic-red-wine-vinegar>.

376. Village Batch. *Organic White Wine Vinegar*. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://village-batch.myshopify.com/collections/village-batch-online-store/products/organic-white-wine-vinegar>.





**VII. ANEXO I. VINAGRES CON D. O. P.:**  
**ASPECTOS JURÍDICOS EN LO**  
**CONCERNIENTE AL ETIQUETADO Y SU**  
**TRADUCCIÓN. EN C. CUÉLLAR LÁZARO Y**  
**M. DURO MORENO (COORDS.), *LA***  
***ESCRITURA LITERARIA Y LA ESCRITURA***  
***TRADUCIDA* (PP. 305-324). PETER LANG.**  
**9783631917817**

## VINAGRES CON D. O. P.: ASPECTOS JURÍDICOS EN LO CONCERNIENTE AL ETIQUETADO Y SU TRADUCCIÓN

**Abstract:** The wine sector is an essential industry for Spain and the European Union. It has been demonstrated through production and export data that Spain leads the ranking concerning not only wine but also vinegar. Regarding the last product, we discovered that only six differentiated quality certifications exist in the European Union and three of them are in our country. Therefore, we consider that a product that is easy to export needs an adequate translation according to each legislation. This easiness is caused thanks to consumers' interest in products with a seal of quality. Research about labelling has been addressed for wine. However, vinegar is ruled by other laws. For these reasons, we focus on this product with the aim of shedding light on it. Firstly, we explained the differences between the various distinctions, which PDOs coexist in Spain and their characteristics. It stands out that two PDOs coexist under the same company, cooperative or association; one related to wine and the other to vinegar. This combination can cause translation problems as they are ruled by different organizations and legislation. Based on data from the main importers, we have analysed the main target markets: the United States, the United Kingdom and France. With these markets, we have listed the regulations that must be consulted at the local level or regulatory boards, national, European and each country mentioned. Furthermore, we focused on translation in Spanish products to find out which are the difficulties. We studied all the wine cellars with a PDO certification. We observed the lack of translated products and the ones translated were in a bilingual text. The main translation difficulties are born due to the interdisciplinarity of the agrifood sector: specialized language, terminology, rhetorical elements, legal specifications of food products and specific legal specifications of each regulatory board. Therefore, a documentation process prior to translation is essential to avoid making a mistake. This research is the beginning of new studies and analyses in relation to vinegar and differentiated quality seals.

**Keywords:** vinegar, label, law, exportation, PDO

**Resumen:** El sector vitivinícola forma parte indispensable de la economía de España y de la Unión Europea. Se ha demostrado mediante los datos de producción y de exportación que España es una gran potencia tanto en vino como en vinagre. En lo relativo al último producto, destacamos la relevancia de la calidad, ya que entre los Estados

miembro únicamente existen seis certificaciones de calidad diferenciada y, tres de ellos están en nuestro país. Por ende, es necesario que un producto de fácil exportación, dado el interés de los consumidores por los productos con sello, cuente con una traducción adecuada a las diversas legislaciones. La investigación en torno al etiquetado vitivinícola ha sido abordada para el vino; no obstante, el vinagre se rige por otras leyes. Por dichos motivos, nos centramos en este producto con el objetivo de arrojar luz. En primer lugar, se ha indicado la diferencia entre las diversas distinciones, qué Denominación de Origen Protegida (D. O. P.) coexisten en España y sus características. Destaca que bajo una misma empresa, consorcio, cooperativa o asociación conviven dos D. O. P.; una relacionada con el vino y otra con el vinagre. Dicho matiz puede provocar problemas traductológicos a estar amparados por diferentes organismos y legislaciones. Partiendo de los datos de los principales importadores, hemos analizado los mercados objeto: Estados Unidos, Reino Unido y Francia. Con estos mercados, hemos indicado los reglamentos que se deben consultar tanto a nivel local o consejo regulador, nacional, europeo y particular de dichos países. Con el objetivo de conocer cuáles eran las principales dificultades, analizamos los productos amparados por las bodegas con certificación D. O. P. en España. Hallamos un bajo número de etiquetas traducidas y, aquellas que presentaban traducción, eran bilingües. Las principales dificultades traductológicas derivan de la interdisciplinariedad del sector: lenguaje especializado, discurso exhortativo, elementos retóricos, especificaciones legales de los productos alimentarios y especificaciones legales concretas de cada consejo regulador. Por lo tanto, un proceso de documentación previo a la traducción es indispensable para evitar cometer un error. La presente investigación da pie a nuevos estudios y análisis en relación con el vinagre y los sellos de calidad diferenciada.

**Palabras clave:** vinagre, etiquetado, legislación, exportación, D. O. P.

## 1. INTRODUCCIÓN

La vitivinicultura ha formado parte del acervo cultural de nuestra sociedad desde los inicios de la civilización; desde la cosecha y selección de la vid hasta la elaboración del vino que en algunos casos podría “echarse a perder” y convertirse en vinagre. Dicha cultura en España sigue incrementando su valor y ha conseguido convertirse en una gran potencia en producción y exportación.

En primer lugar, la producción de uva en España (Eurostat, 2023) sobrepasa a la de otros países de la Unión Europea y supone un 29,7 % del total comunitario. Francia (24,4 %) e Italia (22,8 %) son los siguientes, lo cual acentúa la importancia de la vid en la geografía mediterránea. De igual manera, se repite dicha lista cuando se concretiza en la producción de uva destinada a vino Denominación de Origen Protegido (D. O. P.). Un 55,7 % de lo que se produce en España se deriva a este producto.

A pesar de dicha superioridad, la exportación nacional no refleja la misma importancia a nivel europeo. En 2022 <sup>14</sup> (ICEX, 2023), la comercialización internacional a nivel comunitario supuso un 11 %, lo que se traduce en un total de 3164,02 millones de euros. Dicha cifra la ubica como tercera potencia europea tras Francia (47,8 %) e Italia (28,9 %). Todos los exportadores mencionados reflejaron un aumento en la venta internacional, lo cual evidencia que se trata de un producto que está ganando valor.

En lo concerniente al vinagre, dicha posición se repite siendo Francia (43,2 %), Italia (28,3 %) y España (11,1 %) los mayores exportadores de vinagre. Se trata de datos genéricos, ya que no existe un número TARIC para el vinagre D. O. P. o con otra certificación.

Finalmente, España exporta (Internacional Trade Centre, 2023) <sup>15</sup> a otras grandes potencias como Estados Unidos (22,7 %), seguido de Reino Unido (15,7 %) y Francia (13,8 %). Dicha cifra ha supuesto una gran mejoría respecto a años anteriores, ya que se ha incrementado un 86 % en la variación interanual de 2021-2022.

Queda, pues, constatada la importancia en datos económicos de la comercialización internacional de un producto de calidad en auge como es el vinagre D. O. P. Como veremos en sucesivos puntos, la limitada cantidad de productos certificados abre una puerta a las bodegas para implementar y trabajar en esta nueva línea de mercado.

---

<sup>14</sup> Se han analizado los productos incluidos en los números TARIC:

- 2204: vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida 20.09.
- 2205: vermú y demás vinos de uvas frescas preparados con plantas o sustancias aromáticas.
- 2209: vinagre comestible y sucedáneos comestibles del vinagre obtenidos con ácido acético.

<sup>15</sup> Para la recogida de datos de Trademap (International Trade Centre, 2023), se ha tomado únicamente el número TARIC «2209: vinagre comestible y sucedáneos comestibles del vinagre obtenidos con ácido acético», que resulta genérico para todos los tipos de vinagre.

## 2. OBJETIVOS

La relevancia del presente capítulo es destacar y facilitar el trabajo a un sector que cuenta con dos productos (vino y vinagre) que están regidos por diferentes reglamentos (BOE, 2012a y 2012b). Este hecho puede provocar confusiones y errores en uno de los principales textos para la exportación: el etiquetado.

Existe numerosa bibliografía sobre el etiquetado del vino desde un punto de vista traductológico como Cobos López (2015 y 2017); París Pombo (2020); Lerat (2020); Ramírez Almansa (2020); Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán (2022); Coutinho y Miranda (2022) y Policastro Ponce (2023). No obstante, el etiquetado del vinagre no se ha tratado desde un punto de vista lingüístico o traductológico.

El presente estudio pretende esbozar las complejidades de un sector desde una perspectiva traductológica. El vinagre guarda grandes semejanzas con el vino, pero a su vez grandes diferencias. Por ello, nos proponemos enumerar las características del vinagre D. O. P. resaltando las diversas denominaciones nacionales y su papel internacional. A partir de dichas características, se dará pie a mostrar las legislaciones sobre su etiquetado y las diversas dificultades que se puede encontrar un traductor.

## 3. EL CONCEPTO *VINAGRE*

La etimología de la palabra vinagre arroja luz sobre su significado. La palabra proviene de un compuesto de vino y agrio. El Diccionario de la Lengua Española en su versión digital lo define como: «Líquido agrio y astringente, producido por la fermentación ácida del vino y compuesto principalmente de ácido acético y agua, que se usa especialmente como condimento» (RAE, 2023).

Se trata pues de un concepto con connotaciones negativas que se utiliza en diversas expresiones como cara de vinagre y que ha dado a otras derivaciones descriptivas como avinagrado. Históricamente es un producto que se generaba cuando un vino se había estropeado. Diversos tratados sobre vino indican el cuidado que se debe tener para evitar que dicho proceso suceda, ya que es irrevocable:

Mas veces de solano salta en rábano, y acedo, y aunque algunos dicen que de acedo se puede tornar a su primer sabor, y de vinagre a vino, es falso, que imposible es tornar a *privatione ad habitum*, que es de muerte a vida, y el vino ha perdido la propiedad, y sustancia de vino, y sus calidades, y ha tomado la sustancia de vinagre, y sus calidades. Y Galeno, en la Glosa de los aforismos de Hipócrates dice, que del vinagre es cosa imposible hacer vino, porque ha perdido el calor, y fuerza del alma, y espíritu que llaman los médicos quinta esencia (Herrera, 1777: 66).

Como producto derivado del vino, no se desechaba. Se utilizaba para el cuidado de la bodega, de la vid, como conservante de alimentos o para usos médicos como problemas estomacales, digestivos o antiséptico «para mordidas de canes», entre otros. Dicho autor dedica un punto (Herrera, 1777: 81-82) a las propiedades que se le atribuyen. Por otro lado, indica las diferentes formas de fabricarlo a propósito y adecuadamente:

[1.] Quando el vino se corrompe, y se hace vinagre. [2.] Otro hacen, y desto hemos de decir como se ha de hacer, porque, en algunas partes es de tanto precio, y aun mas que el vino, y por eso quieren hacer de vino vinagre, y aun si vino no hay, aun se puede hacer de otros materiales, y hacerse de las maneras siguientes. Una es, poner el vino al Sol en alguna vasija que haya tenido vinagre, y si no lo ponen al Sol en algún lugar caliente, o cerca del fuego.

Otra manera hay, que es pasarlo por cascás acedás<sup>16</sup>, ó echar un poco de vinagre, ó vino, ó agua en las cascás, y esté algunos días en las cascás. Hacese también, y presto de vino vinagre, calentando bien al fuego unas vergas de acero, y meterlas en el vino, y esto se haga muchas veces, y cubran la vasija que no salga aquel calor, mas esto es mal vinagre, y aun no sano, que es de mal sabor, no bueno para la salud [...] (Herrera, 1777: 80-81).

De igual manera, algunos autores hacen referencia al «desperdicio» que significa no cuidar correctamente un vino tras haberlo personificado y comparado con la pérdida de la vida:

C'est faire bien stupidement le sacrifice de sa vie ; car ce foulage que peut le tuer, tué surement son vin, par la dissipation de cet esprit qui, faisant du vin, veut être conservé. Il tire du vin à la cannelle et en arrose la surface de sa vendage. Ce vin, frappé par l'air, exposé à la chaleur de la cuve, aigrit et se convertit en vinaigre. Aussi le vin du vigneron est en partie in, en partie vinaigre (Chaptal, 1807: 10).

A pesar de la “criminalización” señalada, Chaptal (1807: 73-77) indica que es posible conseguir un vinagre de buena calidad siempre que ese vino sea merecedor de serlo. Como hemos podido apreciar en los pasajes anteriores, encontramos una lengua de la vid y el vino llena de personificaciones y de recursos retóricos para transmitir el cuidado y pasión por dicho producto. Aunque lo siguiente está referido al vino, consideramos que encaja también para nuestro objeto de estudio: «Lo reseñable de este concepto es que no se queda en lo meramente lingüístico o técnico. Posee una dimensión cultural y simbólica que lo dota de un estatus particular» (Ibáñez, 2010: 102).

Legalmente en España, el vinagre se regula en el Boletín Oficial del Estado núm. 100, de 26 de abril de 2012, el cual lo define (BOE, 2012a: 4) como «líquido apto para el consumo humano resultante de la doble fermentación alcohólica y acética de productos de origen agrario». No obstante, dicha definición engloba todos los tipos de vinagre, sea

---

<sup>16</sup>La palabra “casca” hace referencia al «Hollejo de la uva después de pisada y exprimida» (RAE, 2023). En este caso se hace alusión a las cascás que han pasado a ser ácidas.

cual sea el fruto que lo origine. Como en la presente investigación nos centraremos únicamente en el derivado del vino, precisaremos los dos tipos que encajan:

- **Vinagre de vino:** «es el producto obtenido exclusivamente por fermentación acética del vino».

- **Vino balsámico de vino:** «[e] s el producto obtenido por adición de mosto de uva, mosto de uva concentrado o mosto de uva concentrado rectificado al vinagre de vino, dando lugar a un vinagre dulce, con un contenido mínimo de azúcar total de 150 g/l, procedente exclusivamente de los mostos indicados».

De acuerdo con la legislación española, para que un líquido se considere “vinagre” se debe caracterizar por lo sucesivo:

a) Un contenido de C14 correspondiente a su origen biológico.

b) Un contenido de metanol que no exceda de 0,5 g/l.

c) Acidez total, expresada en gramos de ácido acético por litro.

Vinagre de vino: Mínimo 60 g/l [...].

d) Alcohol residual.

Vinagre de vino: máximo 1,5 por 100 V/V [...].

Como excepción, el alcohol residual máximo de los vinagres con denominación de origen protegida (DOP) o indicación geográfica protegida (IGP) será el que se establezca en el correspondiente pliego de condiciones, una vez la DOP o IGP quede inscrita en el Registro Comunitario, o en caso de no estar aún inscrita, tenga protección nacional transitoria.

e) Extracto seco.

Vinagre de vino: mínimo 1,2 g/l y grado de ácido acético.

f) Acetoína.

Vinagre de vino: mínimo 30 mg/l (BOE, 2012: 4).

Aunque en el pasado cualquier vinagre que era producido por un vino en mal estado se podía comercializar y consumir, la presente regulación dicta que debe proceder de «[v] inos del anexo XI del Reglamento (CE) n.º 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre de 2007 [...]» (Unión Europea, 2007: 4). Por ende, cualquier subproducto sin analizar o que no se haya destinado desde un inicio para vinagre, no se puede comercializar. A diferencia con el vino, existen ingredientes que se pueden incluir a su composición tales como plantas, zumos, mostos, miel, azúcar, sal o aditivos (BOE, 2012b: 5). Dichos elementos deben aparecer en la lista de ingredientes de los que se compone el vinagre.

En el caso de los vinagres D. O. P. es necesario que se cumpla la presente normativa junto a la del consejo regulador de cada organismo. Estas difieren entre sí, puesto que se limitan a elementos como la tierra, el tipo de vid, la recogida o el cuidado.

#### 4. VINAGRES CON D. O. P.

A pesar de ser un producto que cuenta con una visión negativa como hemos destacado con anterioridad, se trata de un ingrediente que es utilizado en las cocinas con gran asiduidad. Sumado dicho rasgo al auge que está teniendo la gastronomía y, en concreto, la alta cocina y los productos gourmets, ha provocado que surja una gama de productos con certificaciones como D. O. P. o I. G. P. y que la calidad de los vinagres esté mejorando.

Las certificaciones de calidad facilitan la comercialización, nacional o internacional, puesto que mejoran la visión que tiene el cliente antes de comprarlo. Claro ejemplo de ello es el Eurobarómetro 389 (2012) que confirmó que un 63 % de los españoles busca en primer lugar la calidad en el producto y un 23 % analiza si existen productos con certificación. En lo relativo a la exportación, Fernández Moreno y García-Pardo (2007: 504-505) indican «que el volumen de ventas exteriores se relaciona de una manera positiva con la estrategia de liderazgo en coste y con la diversificación de mercados».

Los diferentes sellos focalizan la atención en la calidad y la preservación de la cultura y el saber hacer particular de una zona. De acuerdo con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s.f.), la calidad está dividida en calidad comercial y diferenciada. Para la investigación nos centraremos en el segundo tipo que es definido como «conjunto de características peculiares y específicas de un alimento debidas al origen de las materias primas utilizadas y/o a los procedimientos de elaboración», ya que las certificaciones están englobadas aquí.

Existen tres sellos de calidad diferenciada que describiremos brevemente:

- **Denominación de Origen Protegida (D. O. P.):** «integran en su definición no solo el origen geográfico sino, de una forma relevante, la tradición y especialización a la hora de elaborar productos de alta calidad y con personalidad diferente, así como la reglamentación y los mecanismos» (Millán Vázquez de la Torre y Morales-Fernández, 2012: 104).
- **Indicación Geográfica Protegida (I. G. P.):** se asemeja a lo descrito con anterioridad con la diferencia de que ampara a cualquier producto que cuente con las características de un origen geográfico (MAPA, s. f.).

- **Especialidades Tradicionales Garantizadas (E. T. G.):** son «productos con rasgos específicos diferenciadores de otros alimentos de su misma categoría, y se producen a partir de materias primas tradicionales, o bien presentan una composición, modo de producción o transformación tradicional» (ídem).

La legislación que regula todos estos productos vitivinícolas con certificación es el Reglamento (CE) 479/2008 (BOE, 2008). De igual manera, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (ídem) señala que un producto vitivinícola con D. O. P. debe proceder de la variedad de uva *Vitis vinifera* recogida en la zona amparada y que se debe procesar dentro de los límites geográficos amparados por el Consejo Regulador. Esta es la principal diferencia con el sello I. G. P., ya que esta certificación permite que un 15 % de la uva proceda de otro lugar siempre y cuando se preserve la calidad.

#### **4.1. DD. OO. PP. en España**

En la actualidad existen en España tres DD. OO. PP. de vinagre bajo la categoría de otros productos alimentarios como especias (pimentón y azafrán), chufa o sidra:

- Vinagre Montilla-Moriles
- Vinagre de Jerez
- Vinagre del Condado de Huelva (eAmbrosia, s. f.)

En comparación con el vino, la cantidad de sellos de calidad diferenciada es muy inferior (existen 101 DD. OO. PP. de vinos). Asimismo, las certificaciones de vinagre son relativamente nuevas: en 2011 se registró la de Jerez o Condado de Huelva, mientras que las de vino datan de 1986<sup>17</sup>. En los tres casos, conviven ambos tipos de producto en las bodegas.

#### **4.2. DD. OO. PP. en Europa**

En Europa, se repite la limitada cantidad de vinagres de calidad diferenciada. Únicamente encontramos tres sellos en Italia, que enumeraremos a continuación:

- Aceto balsamico di Modena (IGP)<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> La fecha indicada es que la aparece en eAmbrosia (s. f.) y hace referencia al año de registro. No obstante, dichas denominaciones cuentan con una amplia trayectoria, como la D. O. P. Jerez que data de 1933.

<sup>18</sup> A pesar de no tratarse de un producto D. O. P., hemos considerado incluirlo en la lista para reflejar la escasez de certificaciones

- Aceto balsamico tradizionale di Reggio Emilia
- Aceto balsamico tradizionale di Modena (ídem).

Por ende, en comparación con el vino, el vinagre cuenta con la facilidad de comercialización, tanto españoles como italianos, al encontrar limitadas opciones de calidad. De igual manera, cada país produce un vinagre diferente. Cada tipo cuenta con un uso en cocina y, consecuentemente, no provoca que sean competidores directos. Los vinagres italianos son balsámicos, es decir, la textura, sabor y color no coinciden con los españoles de vino:

La principal diferenciación del aceto balsámico con el vinagre común es que este se hace directamente del vino, no de su mosto cocido, porque sale más barato, mientras que el aceto balsámico ha de surgir de una mezcla del mosto de vinos blancos y tintos de las variedades *trebbiano*, *uniblanc*, *malbec* o *barbera d'asti* (Iborra, 2021).

## 5. LEGISLACIÓN EN TORNO AL ETIQUETADO

El etiquetado, de acuerdo con Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán (2022: 35-36)<sup>19</sup>, cuenta con un poder persuasivo que «viste el cuerpo de la botella y a la vez presenta el [vinagre] ofreciendo información». Este género textual difiere en cada país, ya que en Francia se prima unificar toda la información en una sola etiqueta, mientras que en España en la contraetiqueta (Lerat, 2020: 250; citado por Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán, 2022: 35).

De acuerdo con el artículo 117 del Reglamento (UE) n.º 1308/2013, el etiquetado en vitivinicultura es «[...] toda palabra, indicación, marca registrada, marca comercial, motivo ilustrado o símbolo colocados en cualquier envase, documento, aviso, etiqueta, anillo o collar que acompañe o haga referencia a un producto dado».

Dado que determinadas leyes no coinciden entre el vino y el vinagre, consideramos interesante marcar la diferencia. Un mismo productor debe cumplir diferentes legislaciones en una misma empresa, cooperativa o entidad. En el caso de la exportación, se deben considerar las diversas diferencias entre vino y vinagre para el país destino entrando en juego hasta 4 legislaciones.

A continuación, resumiremos lo que dicta cada legislación con el objetivo de destacar las posibles dificultades traductológicas. En primer lugar, presentaremos las

---

<sup>19</sup> Fragmento adaptado para el producto en cuestión.

normativas europeas, seguidas de las nacionales y unas breves notas de cada consejo regulador español.

### **5.1.En Europa**

En lo concerniente al etiquetado de productos certificados como de calidad diferenciada, la Comisión Europea dicta en el Reglamento (CE) 510/2006 el proceso que debe seguir una entidad para conseguir la certificación. Las sugerencias sobre el etiquetado y en qué entorno se puede incluir el logotipo, recomendamos la consulta de las *Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP)* de 2010.

### **5.2.En España**

En lo respectivo a la ley española, como se ha indicado en apartados anteriores, el etiquetado viene recogido en el Boletín Oficial del Estado núm. 100, de 26 de abril de 2012. A modo resumen, enumeraremos los apartados que se deben cumplir (BOE, 2012: 6-7):

- Se debe precisar el tipo de vinagre que se comercializa; es decir, en nuestro caso se debe indicar «vinagre de vino». Si es procedente de vino aromatizado o el producto se ha aromatizado, se requiere que aparezca «vinagre obtenido a partir de vino aromatizado», «aromatizado», «con adición de especias» o «vinagre de vino al...».
- Se debe indicar el grado de acidez mediante los símbolos % o °.
- Se permite la utilización de las diversas denominaciones:
  - a) Dulce: vinagre con un contenido de materias reductoras mínimo de 150 g/l.
  - b) Semidulce: vinagre con un contenido de materias reductoras mínimo de 60 g/l e inferior a 150 g/l.
  - c) Añejo: vinagre sometido a un periodo de envejecimiento mínimo de doce meses en recipientes de madera de roble, cuya capacidad no exceda de 1.000 litros (BOE, 2012: 6-7).

No obstante, para este último punto es necesario conocer los tipos de vinagre que son recogidos en los pliegos de cada consejo regulador, ya que las denominaciones difieren. Asimismo, más allá de lo indicado, los productos alimentarios deben enumerar los diversos elementos que aquí incluimos: el fabricante, identificación de la empresa,

información nutricional, modo de empleo, los ingredientes, fecha de caducidad, lugar y fecha de envasado, lote y peso (FACUA, s. f.).

### 5.3. En las regionales

En función de cada consejo regulador, las normas que deben seguir las bodegas no coinciden. En los pliegos se estipula cómo debe ser el proceso de producción, las diversas denominaciones de tipos de vinagre que la D. O. P. ampara, los elementos que se deben incluir en el envasado tales como las precintas de garantía o sellos distintivos numerados.

- **Vinagre del Condado de Huelva:** la información en relación con el etiquetado lo encontramos en el *Pliego de Condiciones de la DOP «Vinagre del Condado de Huelva»*<sup>20</sup> (2022). Se recogen tres tipos de vinagre: *semidulce, dulce o balsámico y joven*. Dichos términos deben aparecer siempre y cuando se cumpla con lo estipulado. La página web únicamente está traducida al inglés.
- **Vinagre de Jerez:** en el *Pliego de Condiciones de la DOP «Vinagre de Jerez»*<sup>21</sup> (2019) se advierte que la distinción debe aparecer en las etiquetas y contraetiquetas junto a un código alfanumérico. Existen diversos tipos recogidos en el pliego: Vinagre de Jerez, Vinagre de Jerez Reserva y Vinagre de Jerez Gran Reserva que se divide a su vez en Vinagre de Jerez al Pedro Ximénez y Vinagre de Jerez al Moscatel. La página web está traducida al inglés y al francés.
- **Vinagre de Montilla-Moriles:** los vinagres recogidos en la presente certificación son: Añada, Crianza, Reserva, Gran Reserva, Vinagre al Moscatel y Vinagre al Pedro Ximénez. Asimismo, el Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Montilla-Moriles»<sup>22</sup> (2015) dicta que se debe incluir el nombre de la D. O. P. junto a precintas de garantía o sellos de distinción enumerados. La página web oficial no está traducida a ningún idioma a pesar de que las

---

<sup>20</sup> Disponible en <https://docondadodehuelva.es/wp-content/uploads/2022/10/pliego-decondiciones-consolidado-vinagre-condado-huelva.pdf> [último acceso: 15/11/2023]

<sup>21</sup> Disponible en [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego\\_Vinagre\\_Jerez\\_modificado.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego_Vinagre_Jerez_modificado.pdf) [último acceso 15/11/2023].

<sup>22</sup> Disponible en [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego\\_vinagre\\_Montilla.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego_vinagre_Montilla.pdf) [último acceso: 15/11/2023].

bodegas amparadas, en la mayoría de los casos, sí están adaptadas a la globalización.

## 6. METODOLOGÍA

Una vez establecida toda la jurisprudencia necesaria para el diseño y traducción del etiquetado del vinagre D. O. P., nos centraremos en las principales complicaciones a las que se puede encontrar el profesional de la traducción. Para ellos nos serviremos de las cuarenta y una bodegas amparadas por las certificaciones españolas. A partir de su web, analizaremos los productos ofertados para conocer:

- si el producto en cuestión está traducido; con la presente selección, averiguaremos el estado de los textos en el sector;
- las traducciones propuestas y, de dicho modo, realizar material lexicológico; como se verá en sucesivos puntos, no se ha podido realizar dicho material por la falta de textos;
- la presencia de términos, discurso exhortativo y culturemas;
- las principales dificultades de la traducción del etiquetado.

Como el corpus se ha nutrido de lo que las bodegas muestran a sus clientes, se ha basado en las imágenes de las botellas. Por lo general, suelen incluir solo el frontal del envase y, en los casos más exclusivos, el embalaje. Asimismo, no todas las bodegas cuentan con página web o tienda online en la que mostrar su producto. Dada la imposibilidad de localizar todos los productos ofertados físicamente, hemos considerado el medio digital como el método más lógico para la creación del corpus. Finalmente, hemos analizado los productos recogidos en las *webs* de treinta y siete bodegas<sup>23</sup>.

## 7. DIFICULTADES TRADUCTOLÓGICAS

El sector agroalimentario se caracteriza por ser interdisciplinario por la estrecha relación que tiene la alimentación con otros campos como el jurídico, el biosanitario, el comercial o el científico-técnico (Rivas Carmona y Ruiz Romero, 2021). De este rasgo derivan parte de las dificultades traductológicas del género textual.

Los textos objeto de estudio cuentan con un discurso especializado con función exhortativa y referencial. Como se ha comentado, se requiere precisión en el contenido

---

<sup>23</sup> Por motivos de espacio en el presente capítulo, no precisaremos la relación de bodegas consultadas.

que se incluye. Por dicho motivo, nos centraremos en la legislación y tomaremos de referencia Estados Unidos, Reino Unido y Francia, ya que son los principales importadores de producto español. Los pares de idiomas que analizaremos son español-inglés y español-francés.

La primera complejidad que se presenta es que para un mismo idioma (inglés), se debe adaptar el producto a diferentes legislaciones. Por dicho motivo, el traductor debe conocer los requerimientos de cada país en lo concerniente al vinagre. En los tres casos es considerado como producto alimentario. En Estados Unidos, recomendamos consultar la página de la Food and Drug Administration (FDA)<sup>24</sup> en la que se estipulan los elementos que deben aparecer en el etiquetado y otras especificaciones. Para Reino Unido, se debe cumplir la guía sobre etiquetado alimentario de 2015 (actualizada en 2022) redactada por el Department for Environment, Food & Rural Affairs y la Food Standards Agency<sup>12</sup>. Finalmente, para Francia se debe seguir la normativa propuesta por la Unión Europea, al ser ese país un Estado miembro, y el *Décret n° 88-1207 du 30 décembre 1988 relatif aux vinaigres*<sup>25</sup>.

Por otro lado, como son productos D. O. P., los elementos indicados por cada consejo regulador deben estar presentes en el envase final para asegurar al cliente que el producto que se comercializa pertenece y sigue la normativa estipulada. En lo concerniente al nombre y la tipología de vinagre, se debe guardar especial cuidado dado que los consejos estipulan los productos que se amparan. No obstante, no hemos hallado un glosario o una relación oficial de los consejos de cómo traducir esos nombres.

### **7.1. Análisis de los vinagres amparados**

En el presente punto abordaremos el análisis del corpus compilado. En primer lugar, destacamos que las bodegas no han adaptado sus productos a la internacionalización. En determinados casos, el etiquetado incluye bajo el texto en

---

<sup>24</sup> Destacamos la consulta de los siguientes artículos para la exportación de vinagre a EE. UU.: «CPG Sec 525.825 Vinegar, Definitions» (Office of Regulatory Affairs y Center for Food Safety and Applied Nutrition, 2018). Disponible en <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/cpg-sec-525825-vinegar-definitions-adulteration-vinegar-eels> [último acceso: 15/11/2023]. «Food Labeling: Revision of the Nutrition and Supplement Facts Labels» (Food and Drug Administration, 2020). Disponible en <https://www.federalregister.gov/documents/2016/05/27/2016-11867/food-labeling-revision-of-the-nutrition-and-supplement-facts-labels> [último acceso: 15/11/2023]. «Food Labeling; Gluten-Free Labeling of Fermented or Hydrolyzed Foods» (Food and Drug Administration, 2016). (Disponible en <https://www.federalregister.gov/documents/2020/08/13/2020-17088/food-labeling-gluten-free-labeling-of-fermented-or-hydrolyzed-foods> [último acceso: 15/11/2023].

<sup>25</sup> Disponible en [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFT\\_EXT0\\_0000\\_0867\\_411/2023-11-15/](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFT_EXT0_0000_0867_411/2023-11-15/) [último acceso: 15/11/2023].

español su traducción: *Vinagre de vino* se traslada como “Wine vinegar” y *Producto de España* por “Product of Spain”. Asimismo, no todos los productos de una misma bodega están traducidos y, en aquellos casos en los que se han traducido, nos encontramos con dicha etiqueta bilingüe en la que el español prima. A continuación, enumeraremos los principales rasgos extraídos de cada D. O. P.:

- En el caso de los vinagres de la D. O. P. Condado de Huelva, que agrupa a ocho bodegas, únicamente hemos encontrado dichas expresiones traducidas al inglés. De igual manera, el etiquetado frontal cuenta con poca información más allá de la denominación y el nombre de la empresa;
- La D. O. P. Jerez se caracteriza por la traducción de su nombre en comparación con el resto, que lo deja tal cual por no tener un equivalente. En inglés aparecen dos vertientes: “Sherry vinegar”, con la palabra vino omitida, o “Sherry wine vinegar”; en francés, únicamente “Vinaigre de Xéres”. Asimismo, se traduce en determinados casos el tipo de vino: reserva y gran reserva por “reserve” o “grand reserve”<sup>26</sup> en inglés y “réserve” en francés. Del total de las veinte bodegas agrupadas, cuatro tenían el etiquetado traducido bilingüe, y en una de ellas, solo en inglés (etiquetado monolingüe).
- La D. O. P. Montilla-Moriles cuenta con trece bodegas, tres de ellas con traducción al inglés. Hemos hallado adjetivos descriptivos directamente ya en inglés como “sweet”, “dry”, “organic” y “balsamic”, lo cual denota que se trata de un producto preparado para la globalización. También hemos observado la inclusión de culturemas propios de la región, como solera, para el cual han utilizado el préstamo.

Los envases utilizados son a base de vidrio, dado el carácter gourmet del producto, o la venta a gran escala en cajas o garrafas de cinco litros, como sucede con el vino. El diseño es elemento clave para el traductor, ya que puede condicionar la cantidad de palabras que pueda incluir en su texto.

---

<sup>26</sup> La traducción del término *gran reserva* ha variado en función de la bodega. Hemos observado el préstamo “gran reserva”, una traducción con el término en francés, “grand reserve”, o una combinación de préstamo y traducción, “grande reserve”.

## 7.2.Las dificultades traductológicas del etiquetado del vinagre

Tras haber considerado lo comentado en el punto anterior, afirmamos que las similitudes del vinagre con el vino facilitan la traducción del etiquetado. No obstante, se debe prestar atención a los siguientes puntos:

- **Terminología y culturemas:** la presencia de estas unidades léxicas en la etiqueta frontal no es frecuente. No obstante, las denominaciones de los vinagres u otros términos como solera o velo de flor se pueden subsanar mediante un corpus o una fuente lexicológica que abarque dichos términos. Para subsanar dificultades de este tipo, recomendamos la consulta de material indicado, como ENOTERM (s. f.), para el vino ya que comparten léxico:

It is also important to emphasize the practicality and operability as well as the peace of mind for the translator that comes from having a lexical consultation resource that is available to them so that they can find the results quickly [...] (Policastro Ponce, 2023: 88).

- **Formato y diseño:** el limitado espacio del etiquetado o del envase, en el caso de que vaya grabado, imposibilita que el traductor pueda utilizar un gran número de palabras; dicha dificultad es más latente en el caso de productos que requieran etiquetado bilingüe o multilingüe.
- **Legislación:** se deben considerar todas las normativas indicadas con anterioridad y prestar especial atención a las denominaciones oficiales.
- **Discurso exhortativo:** a pesar de ser un producto cuyas connotaciones o matices son negativos, se debe transmitir todo el carácter con el que cuenta el original, que pretende atraer al cliente y eliminar el carácter de ser un producto fuerte y astringente.

## 8.CONCLUSIONES

La importancia del vinagre español ha quedado constatada en el presente capítulo dado su carácter de producto de alta calidad. La poca competencia comercial internacional y la influencia de la popularidad del sector vitivinícola español favorece la exportación de este producto en auge. A partir de esta investigación, hemos extraído las siguientes conclusiones.

En primer lugar, las dificultades presentes en el etiquetado son las propias de un producto de calidad diferenciada y del sector alimentario. Es necesario conocer los

reglamentos y guías comunitarias de cada país y de cada consejo regulador para asegurar el cumplimiento. En España, se estipula que se debe indicar mediante el sello o el precinto de garantía la D. O. P. a la que pertenece. Asimismo, se debe hacer mención el producto del que procede y la variedad que es. En lo concerniente a producto alimentario, se debe incluir la cantidad, los ingredientes, la procedencia y lugar de envasado y el porcentaje de acidez.

En segundo lugar, hemos enumerado las características de los productos vendidos bajo el sello D. O. P. en España y el estado de la traducción. La cantidad de productos traducidos y adaptados a la exportación es limitada al igual que la falta de material lexicológico específico.

En tercer lugar, las dificultades encontradas tienen un carácter lexicológico, terminológico, cultural (dada la presencia de culturemas), jurídico y de maquetación. Las semejanzas con el vino permiten al traductor subsanar las dificultades con el uso de corpus, fuentes oficiales y un proceso documental.

Finalmente, este capítulo da pie a futuras investigaciones sobre la lengua de la vid y el vino presentes en el vinagre, creación de glosarios y material documental, la comparativa entre las diversas DD. OO. PP. nacionales e internacionales y la creación de material documental y lexicológico del vinagre.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOE, 2008. Reglamento (CE) n.º 479/2008 del Consejo, de 29 de abril de 2008, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola, se modifican los Reglamentos (CE) n.º 1493/1999, (CE) n.º 1782/2003, (CE) n.º 1290/2005 y (CE) n.º 3/2008 y se derogan los Reglamentos (CEE) n.º 2392/86 y (CE) n.º 1493/1999 [en línea]. Disponible en <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2008-81028> [último acceso: 15-11-2023].

BOE, 2012a. Boletín Oficial del Estado n.º 100, de 26 de abril de 2012 [en línea]. Disponible en <https://www.boe.es/boe/dias/2012/04/26/> [último acceso: 15-11-2023].

BOE, 2012b. Real Decreto 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios

- [en línea]. Disponible en <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1999-17996.pdf> [último acceso: 15-11-2023].
- Chapta l,
- J. A., 1807. L'art de faire le vin [en línea]. Disponible en <https://books.google.com.pr/books?id=8yV8UQp4YVMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> [último acceso: 15-11-2023].
- Cobos López , I., 2015. La exportación del vino en Europa: textos para traducir y legislación vigente. En M. C. Balbuena Torezano y M. Álvarez Jurado, eds., *Lenguajes especializados y traducción: vitivinicultura*, pp. 71-106. Córdoba: Don Folio Ediciones.
- Cobos López , I., 2017. La traducción del “certificado de origen” en la exportación del vino. Aproximaciones jurídicas y traductológicas. En E. Ortega Arjonilla, A. B. Martínez López e I. Jiménez Gutiérrez, eds., *Sobre la práctica de la traducción y la interpretación en la actualidad*, pp. 95-111. Granada: Comares.
- Comisión Europea, 2023. Crop production in EU standard humidity. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/apro\\_cpsh1custom\\_8452365/default/table?lang=en&page=time:2016](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/apro_cpsh1custom_8452365/default/table?lang=en&page=time:2016) [último acceso: 17 de noviembre del 2023].
- Comisión Europea, s. f. eAmbrosia Comisión Europea. Disponible en <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/#> [último acceso: 15-11- 2023].
- Coutinho, A. y Florencia, M., 2022. Los tipos discursivos en etiquetas de vino: exploraciones comparativas en portugués y español. En: M. Ibáñez Rodríguez, ed., *Enotradulengua: Géneros y tipos textuales en el sector del vino*, pp. 13-35. Berlín: Peter Lang.
- Department for Environment, Food & Rural Affairs And Food Standards Agency Of the United Kingdom, 2015. Food labelling: giving food information to consumers. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.gov.uk/guidance/food-labelling-giving-food-information-to-consumers> [último acceso: 15-11- 2023].

- D. O. P. Vinagre de Jerez, 2019. Pliego de condiciones de la Denominación De Origen Protegida «Vinagre de Jerez». Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego\\_Vinagre\\_Jerez\\_modificado.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego_Vinagre_Jerez_modificado.pdf) [último acceso: 15-11-2023].
- D. O. P. Vinagre de Jerez, s.f. Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Jerez». Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.vinagredejerez.org/> [último acceso: 27-09-2024].
- D. O. P. Vinagre de Montilla-Moriles, 2015. Pliego de condiciones de la Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Montilla-Moriles». Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego\\_vinagre\\_Montilla.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Pliego_vinagre_Montilla.pdf) [último acceso: 15-11-2023].
- D. O. P. Vinagre de Montilla-Moriles, s.f. Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Montilla-Moriles». Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.montillamoriles.es/vinagres/> [último acceso: 15-11-2023].
- D. O. P. Vinagre del Condado de Huelva, 2019. Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Condado de Huelva» Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://docondadodehuelva.es/vinagre/> [último acceso: 15-11-2023].
- D. O. P. Vinagre del Condado de Huelva, 2019. Pliego de condiciones de la Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Condado de Huelva». Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://docondadodehuelva.es/wp-content/uploads/2022/10/pliego-de-condiciones-consolidado-vinagre\\_condado\\_huelva.pdf](https://docondadodehuelva.es/wp-content/uploads/2022/10/pliego-de-condiciones-consolidado-vinagre_condado_huelva.pdf) [último acceso: 15-11-2023].
- Durán-Guerrero, E., Schwarz, M., Fernández-Recamales, M.A., Barroso, C. y Castro, R., 2019. Characterization and Differentiation of Spanish Vinegars from Jerez and Condado de Huelva Protected Designations of Origin. *Foods*, 8(341), pp. 1-11. <https://www.mdpi.com/2304-8158/8/8/341> [último acceso: 15 de noviembre del 2023].
- FACUA, s. f. Etiquetado de los alimentos. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://facua.org/etiquetado> [último acceso: 17-11-2023].

Fernández Moreno, M. V. y García-Pardo, I., 2007. La estrategia exportadora como determinante de los resultados exportadores de las bodegas pertenecientes a la denominación de origen "La Mancha". En: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), ed. Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM, 1. Palma de Mallorca: AEDEM, pp. 494-505.

Food and Drug Administration, 2016. Food Labeling: Revision of the Nutrition and Supplement Facts Labels. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.federalregister.gov/documents/2016/05/27/2016-11867/food-labeling-revision-of-the-nutrition-and-supplement-facts-labels> [último acceso: 17-11-2023].

Food and Drug Administration, 2020. Food Labeling; Gluten-Free Labeling of Fermented or Hydrolyzed Foods. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.federalregister.gov/documents/2020/08/13/2020-17088/food-labeling-gluten-free-labeling-of-fermented-or-hydrolyzed-foods> [último acceso: 17-11-2023].

Food and Drug Administration, 1995. Pl CPGSec 525.825 Vinegar, Definitions - Adulteration with Vinegar Eels. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/cpg-sec-525825-vinegar-definitions-adulteration-vinegar-eels> [último acceso: 17-11-2023].

Herrera, G. A., 1777. Agricultura General. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://bibdigital.rjb.csic.es/records/item/9699-agricultura-general-de-gabriel-alonso-de-herrera-tomo-i> [último acceso: 20-11-2023].

Ibáñez Rodríguez, M., 2010. 43 palabras de la vid y el vino. La Rioja: Gobierno de La Rioja.

Iborra, E., 2021. ¿Qué es el aceto balsámico auténtico y cómo diferenciarlo de las imitaciones? Eldiario.es. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.eldiario.es/consu-moclaro/comer/aceto-balsamico-autentico-diferenciarlo-vinagres\\_1\\_7347794.html#:~:text=La%20principal%20diferenciaci%C3%B3n%20del%20aceto,malbec%20o%20barbera%20d'asti](https://www.eldiario.es/consu-moclaro/comer/aceto-balsamico-autentico-diferenciarlo-vinagres_1_7347794.html#:~:text=La%20principal%20diferenciaci%C3%B3n%20del%20aceto,malbec%20o%20barbera%20d'asti) [último acceso: 20-11-2023].

- ICEX, 2023. Euroestacom. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://euroestacom-est.icex.es/esta com/desglose.html#> [último acceso: 20 de noviembre del 2023].
- Internacional Trade Centre, 2023. Trademap Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c%7c%7c2209%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c724%7c%7c%7c%7c2209%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1) [último acceso: 20-11-2023].
- Legifrance, 1988. Décret n° 88-1207 du 30 décembre 1988 relatif aux vinaigres. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT00000867411/2023-11-15/> [último acceso: 20-11-2023].
- Lerat, P., 2020. La variabilité dans l'étiquetage des vins rouges. En: M. Ibáñez Rodríguez, ed. *Enotradulengua: vino, lengua y traducción*, pp. 249-261. Berlín: Peter Lang.
- Martínez Lanzán, G. y GIRTraduvino (sin fecha). ENOTERM. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://girtraduvino.com/es/recursos/> [último acceso: 27-09-2024].
- Millán Vázquez De La Torre, M. y Morales-Fernández, E., 2012. Denominaciones De Origen Protegidas (D.O.P.) y Turismo Gastronómico: Una Relación Simbiótica en Andalucía. *Gran Tour: Revista De Investigaciones Turísticas*, 6, pp. 101-121.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, s. f.. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.mapa.gob.es/es/> [último acceso: 20-11-2023].
- París Pombo, T., 2020. Indicaciones geográficas en el mundo de Baco y su traducción. En: M. Ibáñez Rodríguez, ed. *Enotradulengua: vino, lengua y traducción*. Berlín: Peter Lang, pp. 341-362
- Pascual Cabrerizo, M. y Martínez Lanzán, G., 2022. La etiqueta de vino: la evolución de un género. En: M. Ibáñez Rodríguez, ed. *Enotradulengua: Géneros y tipos textuales en el sector del vino*, pp. 36-53. Berlín: Peter Lang.
- Policastro Ponce, G., 2023. Legal labelling regime and its relevance on the translation of wine labels (ES-EN-FR). En: M. C. Balbuena Torezano y M. Álvarez Jurado, eds. *Text and Wine: Approaches from terminology and translation*, pp. 78-89. Ámsterdam y Filadelfia: John Benjamins.

- Portal de Datos Abiertos de la UE, 2012. Special Eurobarometer 389: Europeans' attitudes towards food security, food quality and the countryside. Recuperado el 15 de abril de 2025 de [https://data.europa.eu/euodp/es/data/dataset/S1054\\_77\\_2\\_EBS\\_389](https://data.europa.eu/euodp/es/data/dataset/S1054_77_2_EBS_389) [último acceso: 20-11-2023].
- RAE, 2023. Diccionario de lengua española. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://dle.rae.es/> [último acceso: 20-11-2023].
- Ramírez Almansa, I., 2020. Traducción agroalimentaria alemán-español/ español-alemán: el etiquetado del vino y su marco jurídico. Estudios Franco-Alemanes, Revista Internacional de Traducción y Filología, 12, pp. 125-148. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://journals.uco.es/index.php/EstFA/article/view/15901> [último acceso: 09-09-2024].
- Rivas Carmona, M. M. y Ruiz Romero, M. A., 2021. Feeding the future: Text typology in agri-food translation. Valencia: Universidad de Valencia.
- Unión Europea, 2006. Reglamento (ce) no 510/2006 del consejo de 20 de marzo de 2006 sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.boe.es/doue/2006/093/L00012-00025.pdf> [último acceso: 20-11-2023].
- Unión Europea, 2007. Reglamento (CE) n° 1234/2007 del Consejo, de 22 de octubre de 2007, por el que se crea una organización común de mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas (Reglamento único para las OCM). Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32007R1234> [último acceso: 20-11-2023].
- Unión Europea, 2010. Directrices sobre el etiquetado de los productos alimenticios que utilizan como ingredientes denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP). Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/es/ALL/?uri=CELEX%3A52010XC1216%2801%29> [último acceso: 20-11-2023].

Unión Europea, 2013. Reglamento (UE) no 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013. Recuperado el 15 de abril de 2025 de <https://www.boe.es/doi/2013/347/L00671-00854.pdf> [último acceso: 20-11-2023].



**VIII. ANEXO II. EL SABOR DE LO AGRIO:  
ANÁLISIS TERMINOLÓGICO DE LA NOTA DE  
CATA DEL VINAGRE D. O. P. MONTILLA-  
MORILES. . EN M. IBÁÑEZ RODRÍGUEZ Y  
M. PASCUAL CABRERIZO (EDS),  
*ENOTRADULENGUA: NUEVAS Y VIEJAS  
FORMAS DE COMUNICAR (PP. 277-294).*  
CILENGUA, FUNDACIÓN SAN MILLÁN DE  
LA COGOLLA. 9788418088414**

**EL SABOR DE LO AGRIO: ANÁLISIS TERMINOLÓGICO DE LA NOTA DE  
CATA DEL VINAGRE DOP MONTILLA-MORILES**

**THE FLAVOUR OF SOUR: TERMINOLOGICAL ANALYSIS OF PDO  
MONTILLA-MORILES VINEGAR TASTING NOTES**

Juan Pedro Morales-Jiménez

GIRTraduvino

Universidad de Valladolid

**RESUMEN:** El sector vitivinícola comprende productos considerados de primera, como el vino, y otros de segunda con connotaciones negativas, como el vinagre. La industria busca solventar esta distinción mediante la creación de certificaciones y prestando un mayor cuidado en la elaboración como sucede en la DOP Montilla-Moriles (Córdoba). Por otro lado, unos de los textos más característicos de la lengua de especialidad de la vid y el vino es la nota de cata. Este género presenta un vasto tejido léxico dado el carácter especializado y descriptivo, motivo por el cual parte de las unidades empleadas proceden del léxico común. Dado el interés que suscita la nota de cata junto a la carencia de estudios en la literatura en torno al vinagre, decidimos tomar el objetivo de analizar los términos y categorizarlos por las fases de las que está compuesta la cata. Para ello compilamos un corpus monolingüe de los vinagres amparados por la DOP y lo minamos mediante Sketch Engine. Unificamos varias taxonomías establecidas desde una perspectiva científica y los estudios realizados para el vino. En su totalidad, se extrajeron 121 unidades con un claro predominio adjetival. Este entramado léxico nos permitió definir las cualidades organolépticas del vinagre DOP Montilla-Moriles. En lo concerniente a las fases que cuentan con mayor frecuencia, la olfativa representa un 50 % al incluir los aromas que hemos englobado por familias aromáticas. Prevalecen las frutales y las empireumáticas y, en comparación con el vino, algunas ramas no están presentes. En conclusión, se han cumplido los objetivos marcados al igual que la hipótesis de partida, ya que la nota de cata es un género con una gran riqueza léxica y con una estructura cerrada. La presente investigación pretende marcar el inicio de una puesta en valor de un producto relevante para nuestro mercado nacional e internacional.

**ABSTRACT:** The wine sector includes products that are considered first class, such as wine, and others with negative connotations, like vinegar. However, this industry intends to improve the image of this wine derivation creating quality certifications and taking care of production. One of the regions that is working on it is the DOP Montilla-Moriles (Córdoba). On the other hand, the tasting note is the most characteristic text in the language of vine and wine. We consider that this genre presents a lexical richness given its specialized and descriptive nature, which is the reason why part of the units come from the common lexicon. We find interesting this genre because there is a lack of studies according to vinegar. Therefore, we took the objective of analyzing the terms and categorizing them by the phases that tasting includes. To do this, we compiled a monolingual corpus of vinegars from the PDO, and we analyze it using Sketch Engine. We classify it by unifying the taxonomies established from a scientific perspective and the studies carried out for wine. In total, 121 units were extracted, in which adjectives predominate. This list allowed us to define the organoleptic qualities of the DOP Montilla-Moriles vinegars. Likewise, the phase that counts on the highest frequency is the olfactory one since it includes aromas. The wide range of units gave us the opportunity to divide them by aromatic families. Fruit and empyreumatic prevail and compared to wine, some fields are not present. Therefore, the objectives have been fulfilled as well as the initial hypothesis because tasting notes are a highly terminological genre with a fixed structure. This research aims to mark the beginning of an enhancement of a relevant product for our national and international market.

**Palabras clave:** Vinagre. Nota de cata. Viticultura. Denominación de Origen Protegida. Terminología. Lingüística de corpus.

**Keywords:** Vinegar. Tasting note. Viticulture. Protected Designation of Origin. Terminology. Corpus linguistics.

## 1. INTRODUCCIÓN

La producción de vinagre siempre ha venido de la mano de la elaboración del vino al ser el resultado de la fermentación acética del mismo. A diferencia del vino, esta transformación no siempre se ha realizado a conciencia ya que se consideraba un artículo estropeado o “agrio”, tal y como indica su etimología. Se trata pues de una característica negativa que le ha cargado de connotaciones desfavorables a lo largo de la historia.

Los primeros orígenes del vinagre se remontan a la producción de vino en Oriente Medio extendiéndose posteriormente por el Mediterráneo (Villegas Becerril, 2017: 130). Como era la consecuencia directa de un problema, la sociedad busco diversos empleos para no desecharlo. En primer lugar, se utilizaba para usos gastronómicos y, en particular, para realzar el sabor de platos (ídem) como el salmorejo o gazpacho. Claro ejemplo de su relevancia es la inclusión en la literatura del siglo XVI (Delicado, 1525):

Pues boronía ¿no sabía hacer?: ¡por maravilla! Y cazuela de berenjenas mojies en perfección; cazuela con su ajico y cominico, y saborcico de vinagre, esta hacía yo sin que me la vezasen.

Asimismo, se usaba como conservante de alimentos. Muestra de ello es su aparición en platos tradicionales como el escabeche o encurtidos. Dada la falta de sistemas de refrigeración antiguamente, los principales productos para preservar alimentos era la sal, azúcar o el vinagre. De dicho modo, aunque se podría alargar la vida útil de los productos de temporada como verduras o de las matanzas.

Fuera de los usos alimentarios, se recurría a este derivado con fines sanitarios, como indicaba Gabriel Alonso Herrera en su tratado *Libro de Agricultura* publicado en 1513. Dicho autor aconsejaba utilizarlo como desinfectante para heridas por sus propiedades antisépticas.

Gracias a la ciencia y al estudio enológico, la calidad de los vinagres ha mejorado provocando que haya surgido un amplio rango de productos (balsámico, de vino blanco, de vino tinto...) que han apostado por acentuar la variedad de uva o su origen. El método de fermentación al que se recurre cuenta con una gran importancia en el resultado. Por ello, las empresas del sector buscan ampliar el espectro y la calidad aromática para ir más allá del predominante ácido (Galán Soldevilla, Ruiz Pérez-Cacho, de la Haba Ruiz y Uclés Gálvez, 2015: 53).

Los productos que cuentan con una calidad y culturalidad más pronunciada son aquellos que han sido distinguidos con un sello de calidad diferenciada como Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

Partiendo de esa presunción de superioridad gastronómica y de producción, tomaremos unos de los consejos reguladores como fuente de los textos: DOP Montilla-Moriles. En España existen a fecha de hoy otros dos organismos (DOP Vinagre de Condado de Huelva y DOP de Jerez). Hemos optado por el consejo regulador de Montilla-Moriles dado el bagaje cultural del investigador principal sobre esta certificación. La Denominación cuenta con un arraigo institucional que data del siglo XIX (Garrido Giménez y Márquez Ortega, 2015, p. 61) aunque la región se ha caracterizado por el cultivo de la vid históricamente. No obstante, no fue hasta 1985 que el Consejo Regulador se ratificó y hasta 2011 no se incluyeron los vinagres dentro de los productos amparados. La región cordobesa presume de elaborar artículos de gran calidad desde el siglo XVII (Garrido Giménez y Márquez Ortega, 2015, p. 68) y en la actualidad los tratan mediante métodos tradicionales o métodos industriales y con un envejecimiento de añadas o el característico de criaderas y soleras.

## **2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

El vinagre al pertenecer al sector vitivinícola es partícipe y comparte textos característicos del vino como son las notas de cata (Ibáñez Rodríguez, 2017: 31). Por dicho motivo partimos de la hipótesis de que la nota de cata cuenta con un tejido léxico rico y con una estructura compuesta por las fases de la cata (vista, olfato y gusto). Con el fin de comprobarlo, nos establecimos los siguientes objetivos:

- Describir la nota de cata del vinagre y comprobar las fases presentes;
- Extraer y categorizar los términos de las notas de cata de vinagre DOP Montilla-Moriles de un corpus *ad hoc* en español;
- Conocer la categoría gramatical predominante de los textos y su función.

## **3. LA NOTA DE CATA**

En lo relativo a la nota de cata de vinagre no se ha investigado desde un punto de vista lingüístico. Desde una perspectiva química y enológica, hemos encontrado análisis organolépticos y sensoriales de la mano de la DOP Montilla-Moriles y de la asociación VINAVIN (Galán Soldevilla, Ruiz Pérez-Cacho, de la Haba Ruiz y Uclés Gálvez, 2015; Garrido Giménez y Márquez Ortega, 2015; Márquez Ortega, 2020).

Dichos estudios han establecido los pilares del análisis que aquí presentamos. No obstante, nos servimos de los trabajos lingüísticos realizados sobre la nota de cata de vino dada la proximidad temática y de origen del producto.

Siguiendo las palabras de Ibáñez Rodríguez (2017: 20-28), la nota de cata se engloba dentro de la lengua de la vid y el vino, considerada como lengua de especialidad. Dicha lengua es herramienta del conocimiento y comunicación entre especialistas, instruidos y legos (idem). Ibáñez Rodríguez (2017: 28) destaca que los textos y la ciencia vitivinícola han abandonado su empleo tradicional entre expertos dado que el consumo del vino «se ha convertido en signos de cultura y el beber hedonista esporádico ha sustituido al consumo vulgar». Lo mismo ha sucedido con el vinagre al buscar un amplio abanico de productos que puedan satisfacer las necesidades culinarias y que aporten matices ricos más allá de lo ácido. Dicho matiz queda reflejado a la hora de definir la nota de cata como género textual (Ibáñez Rodríguez, 2017: 31):

se encuadra dentro de la descripción de un vino con el fin de darlo a conocer, promocionarlo, en definitiva, venderlo. Generada por un especialista o semiespecialista está destinada a un público amplio, el potencial comprador y responde a unas convenciones textuales propias. Su estructura siempre es la misma, reproduciendo el método seguido en la cata. En primer lugar, se describe el vino de manera visual, anotando si está o no bien clarificado, describiendo su brillo y estableciendo su color, en particular su matiz e intensidad. Se pasa a continuación a la fase olfativa en la que se indica los aromas, primarios y secundarios, su calidad e intensidad. Y, por último, en la gustativa se valora los sabores (dulce, ácido, amargo —astringencia—) y la estructura.

Nos resulta de gran interés la presente cita dado su carácter englobador al definir y concretar las partes de la cata en la que profundizaremos en puntos sucesivos para comparar con el vinagre.

En primer lugar, a pesar de ser un texto generado por un experto o especialista, tanto Fraile Vicente (2010: 141) como Martínez Lanzán (2022: 79) resaltan la subjetividad del género ya que es un proceso y texto que depende de la experiencia y percepción del catador. No obstante, Martínez Lanzán (idem) indica que existen «propiedades objetivas» como la acidez, la limpidez o los taninos. Por ende, subjetividad y objetividad coinciden en los textos.

En segundo lugar, consideramos que la nota de cata origina un texto y conforma un género con carácter especializado debido a que abarca dentro de la lengua de la vid y el vino. Tal y como indica Cabré i Castellví (2010: 270-271) la temática es un pilar importante para denominar un texto como especializado, aunque no resulta unívoco. Es necesario tomar una perspectiva cognitiva, gramatical y pragmático-discursivo:

- **Cognitiva:** de acuerdo con Cabré i Castellví (2010: 271), un texto especializado cuenta con una función referencial. Tal y como ha indicado Ibáñez Rodríguez (2017: 30), la finalidad del texto es describir el

producto para comercializarlo por lo que cumple el *skopos* de los textos especializados. No obstante, como se ha indicado, la subjetividad es un rasgo innato y la función apelativa está presente.

- **Gramatical:** Cabré i Castellví (2010: 272) divide este punto entre **léxico** (que debe contar con una gran densidad terminológica y mientras más críptico, más especializado) y **textual** (es decir, cumple la estructura establecida). En lo concerniente a la terminología, Martínez Lanzán (2022: 79) pone de relieve

la abundante utilización de palabras que pertenecen al discurso general pero que adquieren la categoría de términos y que nos van a servir para describir sensaciones, olores, sabores, y, en definitiva, para evaluar el vino.

Asimismo, Luque Janodet (2021: 204) añade que los términos han pasado de la lengua general a la especializada mediante diversos procesos como la terminologización, metaforización terminológica o neologismos. En lo relativo a lo textual, tanto Luque Janodet (2021: 208) como Ibáñez Rodríguez (2017: 30) destacan la estructura cerrada de la que se compone. Se inicia con una breve introducción sobre la procedencia e información sobre el vino seguido por las fases de la cata. Finalmente, se expone en algunos casos el maridaje o cómo servirlo. Martínez Martínez (2020: 232) al analizarlos en el par de idiomas ES>EN ha observado que la distribución del contenido puede variar en español mientras que en inglés se mantiene en un párrafo.

- **Pragmático-discursivo:** en este punto entran en juego tanto el emisor como el receptor. Como hemos observado con anterioridad, Ibáñez Rodríguez (2017: 30) indica que el emisor puede ser especialista o instruido. Luque Janodet (2021: 209) especifica que

[L]os emisores pueden ser tanto especializados (enólogos y catadores profesionales), como no especializados (legos o semiexpertos, es decir, catadores aficionados). El destinatario podrá ser especialista o no especialista (consumidores aficionados que adquieren vino en las bodegas o supermercados, usuarios de foros virtuales o aprendientes en cursos de cata de vino o de sumillería).

En conclusión, el género “notas de cata” forma parte de los documentos técnicos y cuenta con un lenguaje especializado y con una triple finalidad (Martínez Martínez, 2020: 232): «la función referencial porque transmiten información, la función poética

porque embellecen el lenguaje especializado y la función apelativa porque intenta llamar la atención del comprador».

### 3.1. La cata

Una vez descrito el género, plasmaremos qué es una cata y de qué fases se compone con mayor precisión partiendo de la definición indicada por el precursor de la enología Peynaud (1961, visto en Martínez Martínez, 2016: 30). Hemos tomado esta propuesta al ser la pionera. Esta delimita las fases y las acciones que conlleva evaluar un vino:

catar es probar con atención un producto cuya calidad queremos apreciar, es someterlo a nuestros sentidos, en particular al del gusto y al del olfato; es tratar de conocerlo buscando sus diferentes defectos y sus cualidades, con el fin de expresarlos; es estudiar, analizar, definir, juzgar y clasificar.

En otras palabras, Negro Alousque (2013: 153-154) amplía dicha propuesta desde una perspectiva lexicológica y terminológica:

Cuando se degusta un vino, se aprecian y juzgan las sensaciones que produce. En palabras de Mijares y Saéz 2007, p. 130: «Catar un vino es someterlo a nuestros sentidos para juzgarlo y describirlo». Sin embargo, catar no es simplemente una «aventura sensorial» en la que intervienen tanto el gusto como la vista, el olfato e incluso el tacto, sino que es esencialmente «hablar del vino, lo que exige dotarse de un lenguaje que permita expresar la inmensa riqueza que encierra su degustación» (Delgado 2004, p. 114).

En el siglo XIX se comenzó a analizar la calidad de los vinos (Álvarez Jurado, 2017: 54-55). Con el fin de suplir la necesidad de un lenguaje propio, se recurrió a elementos del lenguaje común. Claro ejemplo de ello lo indicado por Álvarez Jurado (ídem), que remarca la importancia de degustar para evitar falsificaciones o vinos de mala calidad mediante el procedimiento de Lebeuf (1862: 92):

Pour bien déguster il faut:

1. Humer un peu de vin, en tenant la tête penchée en avant, et le tenir sur la pointe de la langue, qu'on rapproche du palais en aspirant très légèrement; on perçoit alors les divers saveurs sucrées, acides, astringentes ou styptiques.
2. On relève la tête et on chasse le vin à l'arrière bouche où on le retient par une sorte de mouvement de gargarisme insensible; on perçoit dans cette position, les goûts de fûts, de terroir, de bouchon, l'amertume et la fadeur constitutionnelle ou accidentelles du vin; sa force ou sa faiblesse alcoolique.
3. On avale le vin en descendant dans l'oesophage, subit une vaporisation qui porte aux voûtes du palais, aux fosses nasales, des odeurs nouvelles, et produit la sensation qu'on désigne sous le nom de déboir, si ce vin a un arrière-goût désagréable.

Pour bien percevoir les arômes, les bouquets et sèves, il ne faut pas laisser séjourner le vin trop longtemps dans la bouche; car on fatigue les papilles de la langue et les sensations s'émoussent.

Jules Guyot (1860: 411) precisa que son necesarios principalmente tres sentidos: vista, olfato y gusto. En la actualidad, aunque se emplean los cinco, sigue predominando los mencionados. Los restantes se utilizan, pero con una menor relevancia en el proceso, ya que mediante el oído se escucha el descorche de la botella y mediante el tacto las sensaciones creadas en labios y boca (Martínez Lanzán, 2022: 82).

Organolépticamente, el análisis sensorial del vinagre parte de los prescritos para el vino con unas modificaciones. Por ello, tomaremos la propuesta de Márquez Ortega (2020: 61-69) que nace de la siguiente tabla diseñada por (Peynaud, 1987):

Órgano	Sentido y sensaciones	Características percibidas	Carácter analizado
Ojo	Vista	Color, limpidez, fluidez	Aspecto
	Sensaciones visuales		
Nariz	Olfato (vía nasal directa)	Aromas, <i>bouquet</i>	Olor
	Sensaciones olfativas		
Boca	Olfato (vía retronasal)		
	Sensaciones olfativas		
	Gusto	Sabor y gusto	Gusto complejo
	Sensaciones gustativas		
	Sensibilidad química	Astringencia, causticidad, burbujeo	
	Sensibilidad táctil	Consistencia	Tacto
	Sensibilidad térmica	Temperatura	

Tabla 4. Propuesta de nota de cata de Peynaud (1987). Fuente: Márquez Ortega (2020: 63).

Márquez Ortega (2020: 102-103) se centra en los tres sentidos y propone una clasificación para puntuar cualitativa (excelente, muy bueno, bueno, regular e insuficiente) y cuantitativamente los vinagres. Nos serviremos de dicha taxonomía para establecer los descriptores del vinagre y así poder establecer una metodología:

- **Vista:** es la primera fase y determina inicialmente la calidad y defectos del producto. Se analizan factores como color y limpidez y guarda semejanzas al realizar actos similares al vino como observarlo tras un fondo blanco u observar elementos residuales como la “lágrima<sup>27</sup>”, ya que «al usarse reducción de vinagre (“arrope”) para su elaboración, este queda impregnado en las paredes de la superficie y en la parte superior

<sup>27</sup> «Cada una de las gotas den suspensión, por lo general incoloras, que quedan adheridas en las paredes interiores de la copa de vino, tras haberla agitado o después de vaciarla y que desciende formando columnas irregulares» (Ibáñez Rodríguez, 2010: 48). Guarda relación directa con la graduación alcohólica y, por lo tanto, en el caso del vinagre, al no contener alcohol o solamente un porcentaje residual, consideramos que no existirá referencia a la lágrima. No obstante, analizaremos si está presente en el discurso empleado.

de la copa mojada se forma una delgada capa de líquido coloreando la copa» (Márquez Ortega, 2020: 63).

- **Olfato:** la importancia de la presente fase reside en asociar lo que se percibe con recuerdos a otros ya que como se ha indicado predominan los sustantivos y adjetivos que provocan una experiencia sensorial (Martínez Lanzán, 2022: 79). Esto se debe a que «L’acquisition des odeurs et notre jugement sont déterminés par plusieurs facteurs comme la situation, l’état psychologique et physiologique, etc» (Brdej, 2007 : 143).

En la cata, se analizan la calidad, el aroma, su intensidad, la complejidad y el carácter de la materia prima (Márquez Ortega, 2020: 102-103). Los aromas se categorizan en función del grupo, pudiendo ser primarios (procedentes de la variedad de la uva que ha producido el vino del vinagre y de la naturaleza), secundarios (con origen en la fermentación alcohólica y acética) y terciarios (derivados de la crianza). Por otro lado, se asocian por familias como “vegetal”, “floral”, “frutal”, “balsámica”, “especiada”, “animal”, “empíreumática”, “química”, “confitería”, “lácteos” y “mineral” (Martínez Lanzán, 2022: 84-85). Estas aquí indicadas son las más frecuentes para el vino. El presente estudio pretende conocer si todas las familias aparecen en los vinagres.

- **Gusto:** la degustación en boca concluye el proceso al confirmar los aromas que se han extraído en los análisis anteriores (Negro Alousque, 2012: 154-155). Los aromas percibidos en la fase nasal se profundizan en la retronasal. Los sabores se dividen en cuatro tipos: amargo, ácido, dulce y salado. El primero en aparecer es el dulce que dura aproximadamente diez segundos, el cual da pie a los salados y ácidos que permanecen más en boca. Finalmente, el amargo es el más duradero y cuyo desarrollo aflora paulatinamente. Por ende, gustativamente el proceso evoluciona dividiéndose en tres fases (Márquez Ortega, 2020: 65):

en la primera denominada de ataque, de dos o tres segundos de duración, predominan los sabores dulces; en la segunda denominada de evolución, con una duración de entre cinco y doce segundos, aparecen los tres sabores restantes: ácido, salado y amargo; en la fase final predominan los ácidos y amargos (Peynaud, 1987).

Más allá de los aromas se gradúa el tacto en boca ya que sirve para evaluar «el grado de temperatura, la consistencia, la viscosidad, la untuosidad y el cuerpo de un vinagre» (Márquez Ortega, 2020: 66).

Los diversos puntos expuestos con anterioridad servirán como inicio del proyecto actual en la que se plantea conocer cuáles son los descriptores del vinagre DOP Montilla-Moriles como punto de partida para delimitar el vinagre desde una perspectiva lingüística.

#### 4. METODOLOGÍA

Los pilares de la presente investigación se cimientan en la lingüística de corpus y se tomará una perspectiva terminológica con el fin de extraer las unidades léxicas características de la nota de cata de los vinagres DOP Montilla-Moriles. De igual manera, esbozaremos los rasgos más representativos de los textos y observaremos si lo indicado por los autores citados con anterioridad se cumple para nuestro producto.

En primer lugar, compilaremos un corpus monolingüe *ad hoc* de nota de cata procedentes de las páginas webs o de las fichas técnicas, ya que por lo general es un género indexado dentro de otro. Las empresas que se han consultado son un total de 13<sup>28</sup> y son las siguientes:

- Acetaria S.L.
- Alvear S.A
- Bodegas Delgado, S.L.
- Bodegas Jesús Nazareno, S. C.A.
- Bodegas Toro Albalá, S.L.
- Coop. Agrícola La Aurora S.C.A.
- Coop. Agrícola La Unión, S.C.A.
- Cooperativa Vitivinícola Local, S.C.A.
- Hijos de Manuel del Pino, S.L.
- Otai M. Cruz, S.L.
- Pérez Barquero, S.A.
- Rodríguez Chiachio, S.L.
- ÚNICO Vinagres y Salsas, SLL

A partir de los textos recopilados, recurriremos a la herramienta Sketch Engine para extraer las unidades léxicas de los textos. Primordialmente pretendemos conocer su frecuencia y las colocaciones con el objetivo de clasificar posteriormente por fases y familias. Con estas taxonomías, calculamos qué porcentaje representa cada sección dentro

---

<sup>28</sup> No se han incluido los productos consultados por limitaciones de extensión. Para la selección de las empresas nos hemos basado en el listado publicado por la Fundación Control de Calidad Agroalimentaria de Andalucía (s.f.).

de la nota de cata del vinagre. Asimismo, esta división resulta de gran interés para describir este producto de calidad diferenciada.

Por ende, este análisis pretende brindar unos resultados cualitativos, al conocer las unidades presentes, y cuantitativos, al descifrar los porcentajes indicados. Se continuará la línea de los estudios del sector vitivinícola, y en particular del vinagre, originados dentro del seno de GIRTraduvino.

## 5. RESULTADOS

En su totalidad, hemos analizado 40 productos amparados por la DOP Montilla-Moriles, de los cuales, 32 eran relevantes para el análisis. La diferencia radica en que un mismo vinagre cuenta con envases de diversas cantidades y, por ende, la bodega aporta la misma descripción.

En primer lugar, consideramos relevante destacar la estructura que siguen las bodegas para dar la información. Los enólogos lo redactan de dos formas: **tipo resumido con puntos** y **tipo texto**. La primera de ellas resulta más directa dada la carencia de conectores para aportar cohesión entre las diversas partes mientras que el segundo cuenta con una mayor linealidad que nos resulta favorable para satisfacer la función apelativa.

Estructura resumida con puntos	Estructura unificada en un párrafo
<p><b>COLOR:</b> Caoba oscuro.</p> <p><b>NARIZ:</b> Cuenta con aromas muy intensos y típicos del vino generoso del que parte su elaboración.</p> <p><b>BOCA:</b> El sabor ácido propio de vinagre está notablemente matizado por el dulzor que le aporta el Pedro Ximénez y su larga permanencia en botas de roble viejo.</p>	<p>El Vinagre Balsámico de Fino R12 Un&amp;Co, tiene un color amarillo pajizo con reflejos dorados, aunque con tendencia a la oxidación. En las notas de cata olfativa se presenta como un vinagre extraordinariamente “afrutado”, con aroma punzante y con notas de pan y bollería. En este vinagre se hermanan los delicados aromas de los vinos finos, con el afrutado y la suavidad de una mistela. En boca suave e intenso.</p>
<p><b>Fuente:</b> <i>Vinagre Semiseco Solera del Capataz de Alvear.</i></p>	<p><b>Fuente:</b> <i>Vinagre balsámico de Fino R12 UN&amp;CO de ÚniCo Vinagres y salsas.</i></p>

*Tabla 5. Selección de los diversos textos como ejemplificación para representar los tipos de estructuras. Fuente: Bodegas Alvear y ÚniCo Vinagres y Salsas.*

Si contabilizamos qué tipo es el más empleado, las notas de cata escritas en un solo párrafo con todas las fases unificadas son más frecuentes, ya que encontramos 21 productos frente a 11 del otro tipo. La selección entre una estructura y otra no difiere del origen del texto; es decir, encontramos ambos tipos presentes en la ficha técnica y la

página web. La elección entre la forma de redactarla viene dada de manos de la empresa y mantiene una coherencia interna, indiferente al lugar en el que se vaya a indexar.

En segundo lugar, resaltamos la presencia de variación denominativa a la hora de titular el género de estudio. Gracias al empleo de Sketch Engine, hemos encontrado que las bodegas emplean “cata”, “nota de cata”, “análisis sensorial” o “características sensoriales”. De todas ellas, predomina “nota de cata” y su uso, al igual que la forma de redacción, difiere de la bodega.

En lo concerniente a las fases, consideramos pertinente recordar que los términos incluidos son originarios del lenguaje común, pero que han adquirido un valor especializado. Dicha precisión es necesaria ya que los resultados que mostraremos a continuación contienen adjetivos y sustantivos para describir lo que captan de la cata.

Para desgranar los datos obtenidos, incluiremos una tabla cuyos encabezados son las fases principales. El tacto y el oído no aparecen representados en ningún texto y, por lo tanto, tampoco en la tabla. Algunos ejemplos dentro de gusto, como “aterciopelado”, requieren del empleo del tacto en boca. No obstante, las bodegas la engloban dentro de la fase gustativa. Por otro lado, dado que en algunos casos los adjetivos descriptivos se empleaban en diversas partes, hemos decidido incluir una columna denominada “descriptores neutros”.

Asimismo, Sketch Engine nos ha sido de gran utilidad al contar con una función para extraer colocaciones frecuentes en los textos. Por dicho motivo, hemos omitido las unidades léxicas que aparecen separadas y hemos precisado las colocaciones. Algunos de ellos son “uva pasificada”, “flores blancas” o “manzana madura”.

<b>Gusto</b>	<b>Olfato</b>	<b>Vista</b>	<b>Descriptores neutros</b>
Acético	Afrutado	Amarillo	Agradable
Acidez	Aroma	Ámbar	Armonioso
Ácido	Aromático	Ambarino	Complejo
Agridulce	Balsámico	Atractivo	Completo
Amargor	Bollería	Auténtico	Criado
Aterciopelado	Cacao	Azabache	Delicado
Denso	Café	Brillante	Delicioso
Dulce	Caramelo	Caoba	Distinguido
Dulzor	Dátiles	Cobrizo	Distintiva
Dulzura	Especiado	Dorado	Elegante
Fino	Espicias	Ébano	Elevado
Persistencia gustativa	Flores blancas	Limpio	Envejecido
Meloso	Fragancia	Negro	Equilibrado

Punzante	Fresco	Oscuro	Especial
Redondo	Frutas deshidratadas	Pajizo	Espectacular
Rico	Frutos maduros	Verdoso	Estupendo
Sabroso	Frutos pasificados	Yodado	Exclusivo
Untuoso	Frutos secos		Exigente
	Higo		Exquisito
	Incienso		Extraordinaria
	Insistencia		Genuino
	Licoroso		Gran
	Madera		Intensidad
	Manzana madura		Intenso
	Miel		Larga
	Mistela		Ligeramente
	Nuez		Ligero
	Orejón		Majestuoso
	Pan		Matizado
	Pasa		Media
	Regaliz		Natural
	Seco		Noble
	<i>Toffee</i> <sup>29</sup>		Pausado
	Torrefacto		Penetrante
	Tostado		Persistente
	Uva pasa		Potente
	Uvas pasificadas		Profundo
			Pronunciado
			Propio
			Remarcado
			Singular
			Sorprendente
			Suave
			Suavidad
			Sublime
			Sutil
			Típico
			Viejo

Tabla 6. Unidades extraídas de la nota de cata del vinagre DOP Montilla-Moriles. Fuente: elaboración propia.

<sup>29</sup> En el corpus se empleaba en redonda, pero, siguiendo las recomendaciones de la Real Academia Española (s.f.) en el Diccionario de la Lengua Española, se debe escribir en cursiva.

Globalmente, hemos extraído 121 unidades que se emplean en 440 ocasiones. La fase olfativa representa un 50 % de la frecuencia y del número total de unidades. Eso se debe a que los aromas están englobados en este punto. Aunque podemos encontrar aromas en las fases olfativa y gustativa, predominan en la primera ya que los matices en boca confirman lo percibido en nariz o captan más al analizar el retrogusto. En la olfacción, predominan los sustantivos ya que la lista está compuesta en mayor parte con elementos que se asemejan o recuerdan al producto.

En lo relativo a los otros dos puntos, la fase gustativa representa un 18 % y la visual el 32 % de la frecuencia total. En estas dos encontramos un mayor uso de derivación léxica al recurrir a adjetivos y sustantivos de una misma raíz (“ácido”, “acidez” y “acético”). En la visual se engloban los colores y, por ende, los adjetivos. Sin embargo, existen dos casos, “atractivo” y “auténtico”, que se utilizan como un intensificador de los colores. De igual manera, más allá de los colores en la primera fase, se analiza la limpidez (“limpio”) y su intensidad (“brillante”). En boca, prevalecen los adjetivos que expresan los cuatro sabores (“amargo”, “ácido”, “dulce” y “salado”), la sensación (“redondo”, “meloso” y “untuoso”), el retrogusto (“punzante” o la colocación nominal “persistencia gustativa”). No hemos encontrado ningún descriptor que haga alusión a la temperatura.

Finalmente, la última columna recoge los adjetivos, primando estos, y sustantivos presentes en varias fases. Por lo general, son unidades a las que se recurre para embellecer el discurso o para intensificar los descriptores principales (“**pronunciadas** nota de cata”, “**elegante** ébano oscuro” o “**remarcados** toques yodados”).

En su totalidad, la nota del vinagre DOP Montilla-Moriles cuenta con un predominio de adjetivos (66 %) y, en su mayoría, provienen de la última columna, descriptores neutros. Únicamente en la fase olfativa se emplea una mayor cantidad de sustantivos.

Respecto a la familia de aromas, hemos seguido la taxonomía de las familias establecida por Martínez Lanzán (2022: 84-85) para dividir los elementos de la tabla anterior. A continuación, mostramos la tabla de las familias del vinagre DOP Montilla-Moriles.

Familia	Tipo
Balsámico	Balsámico
Confitería	Bollería, Miel
Empireumática	Cacao, Café, Caramelo, Incienso, <i>Toffee</i> , Torrefacto, Tostado
Especiada	Especiado, Especias, Regaliz
Floral	Flores Blancas
Frutal	Afrutado, Dátiles, Frutas Deshidratadas, Frutos Maduros, Frutos Pasificados, Frutos Secos, Higos, Manzana Madura, Nueces, Orejones, Pasas, Uva Pasa, Uva Pasificada
Madera	Madera
Química	Yodado
Serie de fermentación	Licoroso, Mistela, Pan, Pan de higo

*Tabla 7. Familias de aromas presentes en la nota de cata del vinagre D. O. P. Montilla-Moriles. Fuente: elaboración propia.*

No todos los campos se han completado: animal, mineral y lácteos no estaban presentes. Para conocer el motivo, consultamos a la experta de la DOP Montilla-Moriles, Dra. Márquez Ortega. En el caso de la serie láctea, el vino de la región comprendida no suele pasar por una fermentación maloláctica y, por consiguiente, no cuenta con aromas de dicha índole. Otros campos cuentan con poca representatividad o variedad como “madera”, “balsámico” o “floral”. Las familias con mayores descriptores son “frutales” (13 unidades) y ‘empireumática’ (7 unidades). Por lo tanto, los productos se caracterizan por aromas primarios (procedentes de la naturaleza) y los terciarios (originados en la crianza).

## 6. CONCLUSIONES

El propósito de la presente investigación era categorizar y conocer la nota de cata de los productos amparados por la DOP Vinagres Montilla-Moriles. El corpus compilado ha permitido descubrir que se trata de un texto rico en adjetivos descriptivos –visible en aproximadamente los dos tercios que representan del total– y de sustantivos que pertenecen al léxico común. Todos los componentes de la cata junto a la categoría establecida como ‘descriptores neutros’ cuentan con prevalencia de adjetivos salvo en el caso de la olfacción, al incluir conceptos concretos a los que se asemeja el producto.

Del total de 121 unidades, un 50 % pertenece a la fase olfativa (aromas, matices...) y si analizamos la frecuencia, es la que cuenta con la mayor representatividad en el corpus. Tras esta parte, encontramos la visual con un 26 % y la gustativa con un 24 % del total de unidades. En lo relativo a las sensaciones organolépticas del vinagre DOP Montilla-Moriles, predominan los matices tostados, frutales o la acidez.

Textualmente, nos encontramos ante un género especializado que presenta variación en la denominación y en la estructura. No se ha encontrado un motivo aparente que justifique la elección entre un tipo y otro salvo la decisión de la bodega. No obstante, se emplea con mayor frecuencia la colocación “nota de cata” y con una estructura unificada en un párrafo.

Si comparamos vino y vinagre, encontramos semejanzas y divergencias. Aparecen rasgos comunes como estructurarse en tres fases, emplear las mismas familias aromáticas o tomar unidades léxicas del discurso común. No obstante, también hallamos diferencias como la fermentación o los aromas derivados de dicho procedimiento.

En conclusión, hemos logrado cumplir todos los objetivos propuestos en un inicio y se ha confirmado la hipótesis de partida, ya que la nota de cata presenta un rico tejido léxico representativo de las tres fases principales (vista, olfato y gusto) y cuenta con una estructura cerrada visible en los textos publicados por las bodegas. Hemos obtenido unos datos cuantitativos y cualitativos que hemos expuesto con anterioridad y que reafirman todos los planteamientos iniciales.

Para futuras investigaciones, sería de primordial importancia extrapolar la hipótesis de partida a los vinagres en general, con y sin sello de calidad diferenciada. De igual manera, la falta de literatura nos permite ampliar la investigación observando la traducción de los términos o la comparación con el vino.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Jurado, Manuela (2017), «La degustación del vino a través de los textos. La terminología de la cata de vinos en los manuales decimonónicos divulgativos sobre enología», en Ortega Arjonilla, Emilio (ed.), *Sobre la práctica de la traducción y la interpretación en la actualidad*, Editorial Comares, Interlingua, pp. 45-61.
- Brdej, Jolanta (2007), «La langue du vin – quelques remarques sur les processus de la perception dans la degustation du vin», *Synergies*, 4, pp. 137-146. En línea: <<https://gerflint.fr/Base/Pologne4/brdej.pdf>> [consulta: 02/04/2023].
- Cabré i Castellví, María Teresa (2010), *La terminología. Representación y comunicación*. Barcelona: Documenta Universitaria. 8493434973

Comisión Europea, *eAmbrosia -Comisión Europea*. En línea: <<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/#>> [consulta: 02/04/2023].

Delicado, Francisco (1525), *La lozana andaluza*. En línea: <<https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-lozana-andaluza--1/html/>> [consulta: 02/04/2023].

Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez, *Denominación de Origen Protegida de Jerez*. En línea: <<https://www.vinagredejerez.org>> [consulta: 02/04/2023].

Denominación de Origen Protegida Vinagre De Montilla-Moriles, *Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Montilla-Moriles»*. En línea: <<https://www.montillamoriles.es/vinagres/>> [consulta: 02/04/2023].

Denominación de Origen Protegida Vinagre del Condado de Huelva, *Denominación de Origen Protegida «Vinagre de Condado de Huelva»*. En línea: <<https://docondadodehuelva.es/vinagre/>> [consulta: 02/04/2023].

Fraile Vicente, María Esther (2010), «La traducción de las metáforas del vino», en Ibáñez Rodríguez, Miguel, Sánchez Nieto, María Teresa, Gómez Martínez, Susana y Comas Martínez, Isabel (eds.), *Vino, lengua y traducción*, pp.141-173. Universidad de Valladolid.

Fundación Control de Calidad Agroalimentaria de Andalucía, *Vinagre DOP “Vinagre de Montilla-Moriles”*. En línea: <<https://www.fccaa.es/component/edocman/vinagre-dop-vinagre-de-montilla-moriles.html>> [consulta: 02/04/2023].

Galán Soldevilla, Hortensia, Ruiz Pérez-Cacho, Pilar, de la Haba Ruiz, Rafael y Uclés Gálvez, Juan Carlos, 2015, «Perfil sensorial de vinagres de Montilla-Moriles», en DOP Vinagres Montilla-Moriles y Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés, *VII Simposio del salmorejo cordobés, El Vinagre, “un componente histórico: el vinagre de Montilla-Moriles*, pp. 51-58. En línea: <<https://publicaciones.dipucordoba.es/publicacion/el-vinagre-un-componente-historico-el-vinagre-de-montilla-moriles-2/>> [consulta: 02/04/2023].

- Garrido, Giménez, Enrique y Márquez Ortega, Rocío, 2015, «El “Vinagre de Montilla-Moriles», en DOP Vinagres Montilla-Moriles y Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés, *VII Simposio del salmorejo cordobés, El Vinagre, “un componente histórico: el vinagre de Montilla-Moriles*, pp. 59-73. En línea: <<https://publicaciones.dipucordoba.es/publicacion/el-vinagre-un-componente-historico-el-vinagre-de-montilla-moriles-2/>> [consulta: 02/04/2023].
- Guyot, Jules (1960), *Culture de la Vigne et Vinification*. Paris: Librairie Agricole de la Maison Rustique.
- Herrera, Gabriel Alonso (1777), *Agricultura General*. En línea: <<https://bibdigital.rjb.csic.es/records/item/9699-agricultura-general-de-gabriel-alonso-de-herrera-tomo-i>>[consulta: 02/04/2023].
- Ibáñez Rodríguez, Miguel (2010). *43 palabras de la vid y el vino*. Logroño: Gobierno de La Rioja, 978-84-8125-341-2.
- Ibáñez Rodríguez, Miguel (2017). *La traducción vitivinícola: un caso particular de traducción especializada*. Comares, 978-84-9045-584-5.
- Lebeuf, Valentin Ferdinand (1862), *Nouveau Manuel Complet de l'Amélioration de Liquides*. Paris: Librairie Encyclopédique de Roret.
- Lexical Computing CZ s.r.o, *Sketch Engine*. <https://www.sketchengine.eu/> [consulta: 02/04/2023].
- Luque Janodet, F. (2021). «La nota de cata como género textual y texto especializado estudio a partir de un "Corpus" bilingüe (francés-español)», en Barceló Martínez, Tanagua, Delgado Pugés, Iván y García Luque, Francisca (eds). *Tendencias actuales en traducción especializada, traducción audiovisual y accesibilidad*. Tirant Lo Blanch, pp. 201-218, 9788418329470.
- Martínez Lanzán, G. (2022). «Si el vino hablara... El lenguaje de la cata». En Ibáñez Rodríguez, Miguel (ed). *Enotradulengua*, pp.75-104.
- Martínez Martínez, Andrea. (2016), *La nota de cata de vinos y su traducción* [trabajo fin de grado, Universidad de Valladolid]. En línea: <<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/23329/TFG-O%20951.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> [consulta: 02/04/2023].

- Martínez Martínez, Andrea. (2020), «La nota de cata de vinos: análisis textual», en Bueno García, Antonio, Králová, Jana y Mogorrón Huerta, Pedro (eds.), *De la hipótesis a la tesis en traducción e interpretación*, pp. 225-234. Comares, 978-84-9045-843-3.
- Negro Alousque, Isabel (2013), «El lenguaje del vino a través de las notas de cata y la publicidad», *Revista Española de Lingüística*, 43, pp. 151-176. DOI: <https://doi.org/10.31810/RSEL.43.2>.
- Ortega Márquez, Rocío (2020), *Aseguramiento de la calidad y autenticación de vinagres de vino mediante sensores NIRS*, [tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. En línea: <<https://helvia.uco.es/handle/10396/20115>> [consulta: 02/04/2023].
- Real Academia Española, *Diccionario de la Lengua Española*. En línea: <[www.dle.rae.es](http://www.dle.rae.es)>[consulta: 02/04/2023].
- Ribéreau-Gayon y Peynaud, Émile (1961), *Traité d'oenologie*. En línea: <[https://books.google.es/books/about/Trait%C3%A9\\_d\\_oenologie.html?id=Ny5oQwAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.es/books/about/Trait%C3%A9_d_oenologie.html?id=Ny5oQwAACAAJ&redir_esc=y)> [consulta: 02/04/2023].
- Villegas, Almudena (2017), «El vinagre» en Villegas, Almudena, Ibáñez, Alejandro, Galán, Hortensia y Moreno, Rafael (eds.), *El libro del salmorejo cordobés*. Córdoba: Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés, pp. 129-158. En línea: <<https://almudenavillegas.es/wp-content/uploads/2017/01/Libro-Salmorejo-Cordobes-digital.pdf>> [consulta: 02/04/2023].

**IX. ANEXO III. LA RUEDA DE LOS AROMAS  
DEL VINAGRE: LA LINGÜÍSTICA DE  
CORPUS AL SERVICIO DE LA ENOLOGÍA.  
EN C. AGUILAR CAMACHO Y M. M.  
RIVAS CARMONA (COORDS), *ENFOQUES  
MULTIDISCIPLINARES DE LENGUA,  
LITERATURA Y TRADUCCIÓN  
ESPECIALIZADA. PETER LANG.***

## LA RUEDA DE LOS AROMAS DEL VINAGRE: LA LINGÜÍSTICA DE CORPUS AL SERVICIO DE LA ENOLOGÍA

Juan Pedro Morales-Jiménez

GIRTraduvino,

Universidad de Valladolid

juanpedro.morales@uva.es

**Abstract:** Vinegar is part of our culture due to its usefulness and sensorial richness, confirmed from a chemical and an oenological point of view, and, recently, from a linguistic perspective. A wide range of families and aromas is masked by the lack of awareness caused by the negative point of view that our object of study has. Studies focused on the various phases of wine tasting have demonstrated the presence of terminology and linguistic richness. Since the description of products consists of appealing to elements that recall the perceived nuances, subjectivity and objectivity are linked. Likewise, certain lexical units come from common discourse that have acquired a specialized value in these texts. In past research within GIRTraduvino, we shed light on PDO products by claiming that they have rich terminology belonging to chemistry, the process of making vinegar, culture, gastronomy, or metaphors. Vinegar is produced in the wine sector and both articles share a specialized language: the language of the vine and wine. In the current study, we seek to verify whether this previous statement is generally extrapolated to vinegar, with and without a differentiated quality seal. To this aim, we have compiled an extensive corpus, whose representativeness has been verified thanks to ReCor. With this material, we have extracted the vinegar terms using Sketch Engine and the supervision of the researcher. The final objective, beyond obtaining qualitative and quantitative results, is to design an aroma wheel. This is a very useful tool for winemakers and people who are learning how to taste. It visually shows all the aromas that can be found in the process by cataloging them with colors by kind of family. It is common to find it in wine and there is a wide variety of them depending on the type of drink and the designer, while there is not for vinegar. Thanks to the aforementioned compilation, we can confirm the fields from which the specialized lexical units come, the index of terminological density, and the consequent aroma wheel. Unlike previous projects, we

will place greater emphasis on classifying the units by comprehensibility, that is, whether they are cryptic, semi-cryptic, or delphic. These results will be compared with VINA VIN (Asociación de Amigos Amantes del Vino y del Vinagre) in order to have accurate results for the wine sector. This study will be the start of future projects in which this resource will be translated or implemented.

**Keywords:** vinegar, corpus linguistics, terminology, aroma, wine and vine language.

**Resumen:** El vinagre es un producto que forma parte de nuestra cultura por su utilidad y su riqueza sensorial, la cual ha quedado constatada desde una perspectiva química, enológica y, recientemente, también lingüística. Una amplia gama de familias y aromas está enmascarada bajo un desconocimiento causado por la mentalidad negativa de la que adolece nuestro objeto de estudio. Los estudios centrados en las diversas fases de la cata del vino han demostrado la presencia de terminología y riqueza léxica. Como la descripción de los productos consiste en apelar a elementos que recuerden a los matices percibidos, la subjetividad y la objetividad están vinculadas. Asimismo, determinadas unidades léxicas proceden del discurso común que han adquirido un valor especializado en estos textos. En pasadas investigaciones en el seno de GIRTraduvino, arrojamos luz sobre los productos D. O. P. al afirmar que cuentan con un rico entramado terminológico perteneciente a la química, al proceso de elaboración del acético, la cultura, la gastronomía o las metáforas. Los vinagres al elaborarse en el sector vitivinícola comparten una lengua de especialidad: la lengua de la vid y el vino. En el estudio actual buscamos comprobar si esta afirmación se extrapola a los vinagres en general, con y sin sello de calidad diferenciada. Para ello, hemos compilado un extenso corpus, cuya representatividad ha sido comprobada gracias al empleo de ReCor. Con este material hemos extraído los términos del vinagre mediante Sketch Engine y la supervisión del investigador. El objetivo final, más allá de obtener unos resultados cualitativos y cuantitativos, es diseñar una rueda de los aromas. Se trata de una herramienta de gran utilidad para enólogos y personas que están aprendiendo cómo realizar la cata. Esta muestra visualmente todos los aromas que pueden encontrar en el proceso al catalogarlos por tipo de familia mediante colores. Para el vino es común encontrarla y existe una amplia variedad de ellos según el tipo de bebida y el diseñador, mientras que para el vinagre no. Gracias a la compilación indicada, corroboramos, pues, los campos de los que proceden las unidades léxicas especializadas (ULE), el índice de densidad terminológica

y la consecuente rueda de los aromas. A diferencia de proyectos anteriores, haremos mayor hincapié en categorizar las unidades por la comprensibilidad, es decir, si son crípticos, semicrípticos y délficos. Dichos resultados serán contrastados con VINA VIN (Asociación de Amigos Amantes del Vino y del Vinagre) para tener unos resultados veraces para el sector vitivinícola. El presente estudio será el inicio de futuros proyectos en los que se traducirá o se realizará la puesta en práctica de este recurso.

**Palabras clave:** vinagre, lingüística de corpus, terminología, aroma, lengua de la vid y el vino.

## 1. INTRODUCCIÓN

Los aromas son matices que enriquecen o empobrecen cualquier alimento, bebida o producto que se adquiere. De acuerdo con Wiesenthal (2010: 69-70), son «todos los olores agradables del vino, ya sean percibidos por vía nasal directa o por vía retronasal». El empleo de “agradable” como adjetivo en la definición no es asunto baladí; no existen aromas “buenos” o “malos”, ya que todo depende de la proporción, de cómo se mezclan y, con mayor importancia, de la forma en la que se perciben. Claro ejemplo de ello es el “indol”; en su justa medida y emparejado con otras sustancias se asemeja al olor de las flores, mientras que en exceso recuerda a algo en descomposición (Páramo, 2023: 14). Si el comprador de un perfume con esta sustancia supiese que proviene de excrementos y de cuerpos en putrefacción, quizás no compraría este artículo. Por ello, equilibrio y *marketing* son indispensables en la comercialización de productos complejos. El imaginario social vincula sus recuerdos y emociones a cualquier adquisición; el conocimiento y los prejuicios son elementos clave y, en el caso del vinagre, es necesario reflejar sus bondades. La mentalidad general solo lo asocia a la acidez, pero hay mucho más que deben conocer mediante todos los sentidos.

Tanto gusto como olfato «son sentidos químicos, es decir, responden a estímulos que son esencialmente moléculas con capacidad de activar los receptores, presentes en las células sensibles» (Durán y Costell Ibáñez, 1999: 300). Esto conlleva que la cata se trate de un acto subjetivo que se alimenta de los recuerdos y de los olores que se han aprehendido con anterioridad.

Así pues, un perfecto catador debe haber desarrollado un amplio rango de aromas para evaluar y acceder a su registro mental para describir cualquier artículo. Esta actividad

aparentemente subjetiva sí se respalda a su vez en la objetividad, ya que como destaca Martínez Lanzán (2022: 79):

aunque la cata es una experiencia subjetiva del catador individual [...] lo que catamos, es decir, los taninos, la acidez o la limpidez del vino son propiedades objetivas del propio vino. De manera, que objetividad y subjetividad van a ir de la mano en este lenguaje de especialidad.

Las catas y el estudio de los aromas se han vinculado a menudo a productos que el público ha considerado positivos o con olores agradables como el vino, el cacao o el café. No obstante, lo que para un catador de vino se puede considerar un defecto como abundante acidez o la presencia del acetato de etilo, son virtudes para el vinagre. En su justa medida estos aportan una profundidad que todo enólogo busca para sus fermentados acéticos. Existen diversos tipos de vinagre por los diversos procesos de elaboración, los cuales influyen en los aromas que se obtienen. Autoras como Callejón Fernández (2008) y Márquez Ortega (2020) han desentramado y se han centrado en las bondades organolépticas de este derivado acético delimitando las principales sustancias volátiles desde una perspectiva química y bromatológica.

Por dicho motivo, esta investigación pretende seguir el curso de una serie de proyectos que buscan mejorar el prestigio del vinagre desde una enfoque lingüístico-traductológico. En pasados estudios hemos constatado y confirmado que existe un rico caudal léxico-terminológico en la ficha técnica de este producto en las bodegas certificadas con una Denominación de Origen Protegida (Morales-Jiménez, 2024). Todos los resultados y las conclusiones han derivado al diseño de una metodología que anhela obtener resultados globales sobre el vinagre con y sin sello de calidad diferenciada, así como y producir un recurso multimodal inexistente. En concreto, elaboraremos la rueda de los aromas del vinagre.

En consecuencia, partimos de la premisa de que las fichas técnicas del vinagre, con y sin sello, cuentan con un tejido terminológico que permite la planificación de una rueda de aromas para facilitar el trabajo a enólogos y enoturistas. Para ellos, los objetivos que perseguimos conseguir son:

- conocer si el índice de densidad terminológica y la presencia de términos se corrobora en los vinagres sin sellos;
- comparar el estudio anterior con el presente en lo relativo a los campos de los que proceden los términos;

- diseñar una rueda de los aromas con el fin de cotejarla con expertos enólogos.

## 2. LOS TÉRMINOS DEL VINAGRE

El caudal léxico y terminológico del sector agroalimentario presenta a todos los participantes de la comunicación una amplia gama de complejidades que requiere la especialización o un proceso de documentación (Rivas Carmona y Ruiz Romero, 2021). Esta problemática radica en la interdisciplinariedad inherente a todos los textos que confluyen en este paradigma originado por una vasta cantidad de industrias.

En España, uno de los principales sectores a nivel económico y cultural es el vitivinicultor. En él se producen y generan una variada cantidad de productos en relación directa con la alimentación (uva, mosto, vino o vinagre), culturales (enoturismo o experiencias enogastronómicas) o energéticas (sarmiento para leña o pellet). Todos estos elementos originan textos que comparten un lenguaje de especialidad conocido como la “lengua de la vid y el vino” (Ibáñez Rodríguez, 2024: 55) y que :

usamos para delimitar un campo especializado concreto, el relativo al cultivo de la vid y la elaboración del vino y sus formas de expresión, que comprenden la enología, el conocimiento científico en torno al vino (eno), y la ampelología o conocimiento científico en torno a la vid (ampelos).

La investigación en torno a esta lengua de especialidad se ha interesado en todos los productos mencionados con anterioridad por Ibáñez Rodríguez (ídem). No obstante, existe un nicho de mercado que ha pasado desapercibido tanto a nivel comercial como académico: el vinagre. Se trata de la fermentación acética del vino, entre otras sustancias, cuya elaboración siempre ha estado entre la dicotomía de infortunio y tesoro. A pesar de la falta de estudios, el hecho de que compartan origen permite que recursos tan necesarios como ENOTERM<sup>30</sup> estén a la disposición de investigadores o traductores. La terminología es un rasgo propio en ambos productos, es decir, para vino y vinagre. Como determinamos para los artículos D. O. P. (Morales-Jiménez, 2024: 139), en el caso del derivado acético estos proceden de diversos ámbitos: nota de cata, elaboración de vinagre, envasado, Montilla-Moriles (relacionado con la inclusión de elementos culturales), química, gastronomía y recursos metafóricos. La extracción terminológica de pasados estudios se realizó en unos de los principales géneros textuales del sector: la ficha técnica.

---

<sup>30</sup> ENOTERM se trata de una base de datos terminológica multilingüe creada por Gloria Martínez Lanzán en el seno de GIRTraduvino. Disponible en: <https://girtraduvino.com/es/recursos/>.

De acuerdo con Pascual Cabrerizo y Martínez Lanzán (2023: 50), en su definición para el vino, son textos que recogen una pequeña descripción, los aspectos técnicos como las dimensiones del envase o el origen del producto, las propiedades organolépticas, la nota de cata, cómo consumirlo o maridarlo. En el objeto de estudio observamos que se cumplían dichas divisiones, lo cual provocaba que los términos procediesen de diversas ramas (Morales-Jiménez, 2024: 139).

Si profundizamos en todas las subdivisiones de la ficha técnica, encontramos una de las principales peculiaridades de este texto. En su interior se puede hallar indexado otro género *per se*, es decir, la nota de cata que, según Luque Janodet (2021: 215), consiste en «un texto técnico altamente especializado que constituye un acto comunicativo entre un degustador (experto o semiexperto) y un receptor (experto, semiexperto o lego) en el que se presentan los resultados de tres exámenes (visual, olfativo y gustativo) [...]». Martínez Martínez (2020: 316) ahonda en su caracterización, subrayando la alta aparición de lexicalizaciones ligadas a figuras retóricas como la metáfora o la personificación. De igual modo, la subjetividad y la objetividad mencionadas en la introducción son rasgos innatos de este género al describir desde el imaginario del catador lo que el vino/vinagre le recuerda (Martínez Martínez, 2023: 70-71). Por dicho motivo, las unidades léxicas que pertenecen al discurso común adquieren un valor especializado en este contexto. Esto es visible con el término “yema”; de acuerdo con el DLE (Real Academia Española, 2023) puede definirse como «[Pp]orción central del huevo en los vertebrados ovíparos», siendo una acepción más cercana a un lector lego. No obstante, también hace referencia a una parte de la vid: «brote embrionario de los vegetales constituido por hojas o por esbozos foliares a modo de botón escamoso del que se desarrollarán ramas, hojas y flores» (ídem), adquiriendo dicho valor especializado.

Cabe recordar, pues, el inicio del apartado en el que recalcábamos la necesidad de especialización y documentación para comprender a la perfección el contenido que estamos leyendo o traduciendo. Las unidades léxicas especializadas (ULE) de estos documentos pueden resultar translúcidas a un lector lego. Sin embargo, el valor especializado que han adquirido puede dificultar la comprensión y resultar opacas para una persona ajena al sector. Por dicho motivo, vemos relevante conocer en primer lugar la densidad terminológica de los textos, ya que es uno de los parámetros que dicta el nivel de especialización de los textos. De acuerdo con Rodríguez-Tapia (2020: 79), el Índice de Densidad Terminológica es una

[Vv]ariable cuantitativa que resulta de dividir el número total de formas léxicas especializadas o con valor terminológico entre el número total de formas léxicas del texto. Permite codificar la cantidad de conocimiento especializado que representan las formas léxicas en un texto. A su vez, el IDT distingue tres subtipos:

1. IDT a) o IDT de términos délficos: el usuario conoce la denominación y el concepto, aunque no necesariamente de forma precisa [...].
2. IDT b) o IDT de términos semicrípticos: el usuario conoce la denominación por su frecuencia, pero no el concepto, o conoce este último de forma muy laxa [...].
3. IDT c) o IDT de términos crípticos: el usuario desconoce la denominación y el concepto [...].

Consideramos de gran importancia esta triple división para delimitar preliminarmente las ULE de la ficha técnica del vinagre. Este etiquetado nos servirá para conocer con mayor profundidad la comprensibilidad de los textos y qué campo de los estudiados resulta más délfico y críptico.

### **3. METODOLOGÍA**

El patrón que hemos diseñado en la presente investigación se ha nutrido de las conclusiones obtenidas en Morales-Jiménez (2024) con la finalidad de corroborar a mayor escala los resultados. Dichos datos obtenidos son cualitativos, en lo concerniente a los términos y los campos comprendidos. De igual modo, hemos realizado una investigación cuantitativa al analizar qué sector predomina y el índice de densidad terminológico con las tres categorías mencionadas.

#### **3.1. Lingüística de corpus**

Como el objetivo de las pasadas investigaciones (ídem) era delimitar, aproximar e iniciar una nueva línea de investigación dentro de los estudios de la lengua de la vid y el vino, el volumen de textos comprendidos en el corpus era únicamente el de la D. O. P. Montilla-Moriles. Para ampliar dicha metodología, hemos decidido reunir todas las fichas técnicas posibles que cumplan los siguientes criterios para contar con un corpus representativo:

- ser originales en español y, por lo tanto, no ser traducciones;
- pertenecer a vinagres de vino sin aromatizar ni haber pasado por procesos de reducciones, concentraciones o gelificaciones. Esto se debe a que el objetivo final es representar los aromas del vinagre de vino natural. Si incluimos productos alterados, los matices y la frecuencia pueden cambiar;
- proceder de toda la geografía española o de países de habla hispana; los procesos de vinificación y las variedades usados varían según la región.

Sumado esto a la escasez de textos, partimos del listado de participantes de los Concursos Internacionales de Vinagre VINA VIN<sup>31</sup>. El motivo de esta decisión fue que tomamos la presunción de que los vinagres de gran calidad<sup>32</sup>, cuyos envases y publicidad son más cuidados, contarán con textos analizables. No obstante, ampliamos dicha cifra para contar con un amplio espectro de fichas técnicas.

- estar en un formato editable para que el trabajo con las herramientas seleccionadas sea posible. A pesar de ello, en algunos casos se han transcrito imágenes o utilizado herramientas de escáner OCR<sup>33</sup>.

Siendo fieles al título del capítulo, la rama vertebradora de toda la serie de proyectos junto a la terminología es la lingüística de corpus. Al igual que Veroz González (2014: 198), nos serviremos de esta rama como metodología para obtener los frutos nombrados con anterioridad:

Desde nuestro punto de vista, coincidimos con McEnery y Wilson (2006) en tomarla como metodología, ya que a diferencia de la fonética, la sintaxis, la semántica, la pragmática o la fonética, la lingüística de corpus no se restringe a un único aspecto de la lengua, es decir, a través de ella podemos estudiar la sintaxis, la semántica, la fonética y la pragmática. Por ello, la lingüística de corpus podríamos considerarla como un conjunto de técnicas y principios a través de los cuales podemos explorar y analizar la lengua.

De acuerdo con Bowker y Pearson (2002), un corpus debe ser representativo, equilibrado y debe contar con un muestreo que englobe a toda la población o concepto. Por dicho motivo, diseñamos los puntos de compilación descritos previamente y utilizaremos la herramienta ReCor (Lexytrad, 2006). Consiste en un *software* ideado por el Grupo de Investigación “Lexicografía y Traducción” de la Universidad de Málaga para solventar la problemática entre la representatividad y el tamaño que un corpus debe tener para una investigación o una traducción. Para el cálculo de dichos datos, Corpas Pastor y Seghiri Domínguez (2010: 124-125) emplean diversos algoritmos que miden la densidad lexicológica con el total documental, la frecuencia y la aparición por primera vez de cada unidad. En resumen, un corpus será representativo de un tema cuando deje de nutrirse de

---

<sup>31</sup> Se tomó como fuente dada la afinidad con la Asociación y por ser el único galardón destinado únicamente al vinagre. Por dicho motivo, se consultaron todos los participantes desde sus inicios.

<sup>32</sup> Cuando se hace alusión a “vinagres de calidad”, no hacemos referencia a productos con D. O. P., sino artículos de alta gama o que no están envasados en un recipiente sin cuidado como es frecuente ver en los lineales de los supermercados.

<sup>33</sup> Mediante el programa Adobe Reader PRO, es posible escanear el texto de una imagen gracias a la función OCR (*Optical Character Recognition* o Reconocimiento Óptico de Caracteres).

nuevos elementos. Optamos por este recurso porque nos otorgaría un criterio objetivo para diseñar una rueda de los aromas fidedigna de los vinagres de vino.

Para compilar un corpus que plasme el vinagre en su totalidad, decidimos aunar 150 productos como cifra de inicio en esta ampliación, ya que son textos breves y con pocas unidades léxicas. Estos archivos adaptados a formato .txt fueron analizados por ReCor V.2., obteniendo los datos expuestos en los siguientes gráficos. El corpus es representativo desde el texto número 50 y desde aproximadamente los 7500 *tokens*.

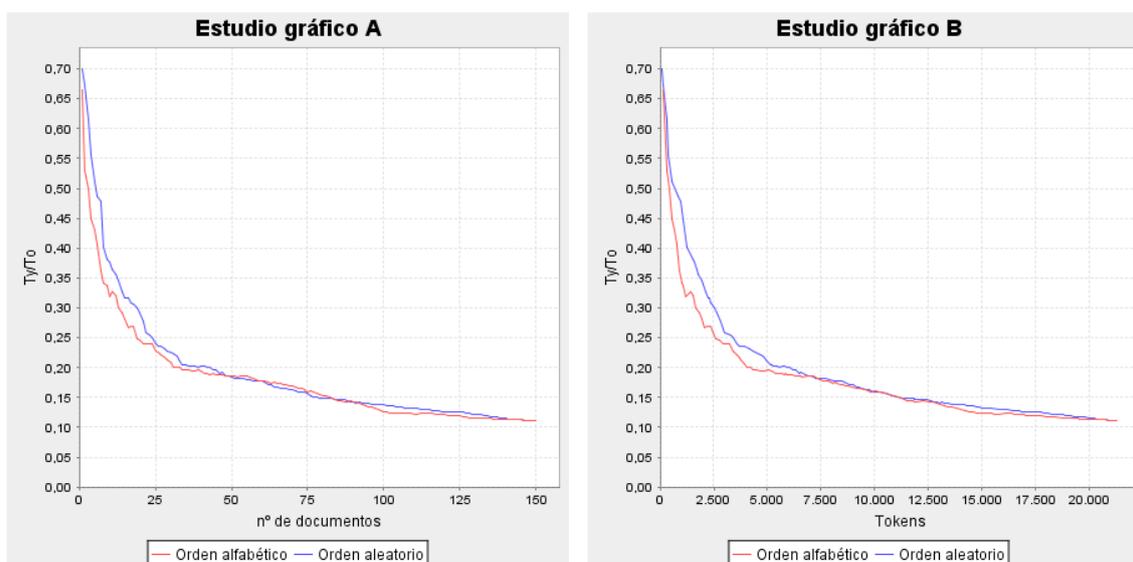


Ilustración 11. Representatividad del corpus sobre vinagre de vino en español. Fuente: ReCor V. 2.

### 3.2. Extracción y tratamiento de los términos

El minado de los textos se realizó mediante Sketch Engine, dada la gran cantidad de recursos que ofrece tanto a profesionales de la traducción como a lingüistas. Como se concluyó en pasadas investigaciones, la función de *Keywords* no satisface las necesidades adecuadamente. Como los textos cuentan con unidades léxicas procedentes del lenguaje común que han adquirido un valor especializado, estas ULE no son marcadas como términos y muchas de ellas son obviadas. En esta ocasión probamos con otra herramienta, TermoStat Web 3.0.<sup>34</sup>, para contrastar los resultados, pero sucedió lo mismo que con Sketch Engine. Por consiguiente, extrajimos las unidades léxicas con la función *Wordlist* de Sketch Engine, la cual nos suministra una lista ordenada en función de la frecuencia. De igual modo, consultamos las colocaciones mediante *N-grams* y *Word Sketch*. La

<sup>34</sup>Vid: <https://termostat.ling.umontreal.ca/>.

frontera entre lo que se considera término es difusa en función de la vertiente de estudios y escuelas; uno de los criterios que más se ha empleado para determinar qué es término es la frecuencia en un corpus (Rodríguez-Tapia, 2024: 133).

Gracias a estas extracciones, hemos llevado a cabo un trabajo analítico manual para seleccionar los términos de las fichas técnicas del vinagre. Pese a que un análisis automático puede resultar más objetivo y apropiado (Cabré i Castellví, Domènech y Estopà, 2018: 181, citado en Rodríguez-Tapia, 2024: 128), las limitaciones observadas deben ser subsanadas mediante una extracción manual. Mediante los resultados que hemos obtenido, vislumbraremos de manera preliminar cuáles y cómo son los términos de la ficha técnica del vinagre. De igual modo, dará pie a otras investigaciones en las que se midan los niveles de densidad con un grupo control como destaca Rodríguez-Tapia (2024: 132-133) como medio para solventar la subjetividad.

Con el listado cribado, hemos marcado tres hitos: calcular la densidad terminológica, categorizarlos en crípticos, semicrípticos y délficos y clasificar los campos de los que proceden. En pasadas investigaciones determinamos que la cifra resultante era próxima a un texto especializado entre experto-experto (28 %). No obstante, no profundizamos en el porcentaje de cada tipo de IDT correspondiente a cada nivel por no ser el objetivo principal de este estudio y por las limitaciones de espacio.

### **3.3. ¿Es posible diseñar una rueda de los aromas del vinagre?**

En pasadas investigaciones, tras conseguir la clasificación por campos, seleccionamos los aromas y percibimos que había una variedad suficiente para esbozar un proyecto de rueda de los aromas que se pueda emplear en el sector vitivinícola. La creación de este recurso puede servir como medio para unificar la comunicación entre enólogos, vitivinicultores y, lo más importante, con los clientes y con los profesionales del *marketing* (Noble et al., 1984: 107). Se ha probado que el objeto de estudio siempre ha cargado con un estigma negativo que no siempre favorece a su publicidad o imagen. Consideramos que si el comensal conoce la riqueza aromática que se esconde tras el acético, observará que el vinagre es mucho más que un vino deteriorado o un vino agrio.

Los aromas se perciben y son analizados por paneles de catadores expertos en el producto en cuestión. En el caso del vinagre, los expertos suelen proceder de la enología o del mundo gastronómico. La cata se compone, igual que en el caso del vino, de tres fases: visual, olfativa y gustativa (Márquez Ortega, 2020: 62-67) y, dentro de la olfativa,

encontramos los aromas que se clasifican por familias. En función de la taxonomía, el número de familias y de aromas varía, llegando a ser hasta 500 aromas en el vino (García Gallego, 2008: 59) y desde 6 a 15 familias (Martínez Lanzán, 2022: 84-85). Algunas de las familias más frecuentes son (ídem): vegetal, floral, frutal, balsámicos, especias, animal, empireumática, química, confitería, lácteos y minerales.

Cada matiz procede de una etapa de la vinificación o acetificación y se capta por fases, puesto que los primeros en llegar a los receptores olfativos son los volátiles de los aromas primarios (procedentes de la naturaleza), seguidos de los secundarios (de las fermentaciones<sup>35</sup>) y de los terciarios (de la crianza y bodega). Estas familias se vinculan y se pueden representar en diversos formatos como los dendrogramas o ruedas<sup>36</sup>. Son recursos que surgieron en la rama de la perfumería para facilitar la combinación, ya que servían para emparejar un olor con los que estaban cercanos, y en el caso de la rueda, también con el contrario. La rueda puede estar subdividida en diferentes núcleos y esto difiere según el modelo. Hemos hallado diversas plantillas en las que en el centro se marca el origen del aroma (primario, secundario o terciario), después la familia, la subfamilia (en algunos casos, se fraccionan en varios niveles como los frutales que se subdividen en frutos rojos y a su vez en fresa o mora) y, finalmente, el aroma.

Cabe recordar que estos formatos suelen estar publicados en color, lo que permite diferenciar las familias y los niveles con mayor facilidad. Supone de gran utilidad porque se recurre a toda la escala cromática y los colores se imbrican a lo que describen facilitando así la asociación. No hemos encontrado unos patrones que marquen los colores de cada aroma más allá de la rueda del perfume original de Michael Edwards (1983), debido a la controversia en delimitar el número de aromas y familias. Tras un barrido por los diferentes modelos, concluimos que los tonos elegidos recuerdan a lo que se describe. Por ende, observamos en líneas generales los siguientes tonos:

- **amarillo:** frutas ácidas;
- **naranja/rojo:** frutas varias y dulces;
- **marrones:** empireumáticos, balsámicos, repostería o especias;
- **verde:** plantas verdes o de hoja y verduras;

---

<sup>35</sup> El vinagre pasa por diversos procesos de fermentación en función de la región vitivinícola: como su origen es el vino, tiene una fermentación alcohólica “obligatoria” y, si es vino tinto, una maloláctica adicional. Tras estas fases, le sucede una fermentación acética con la que finaliza.

<sup>36</sup> Por motivos de impresión, hemos incluido en escala de grises las imágenes ilustrativas.

- **azul:** florales o químicos;
- **morado:** químicos, defectos u otros.

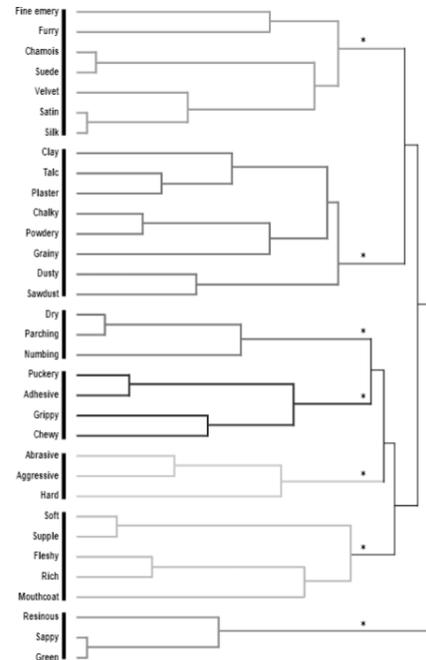
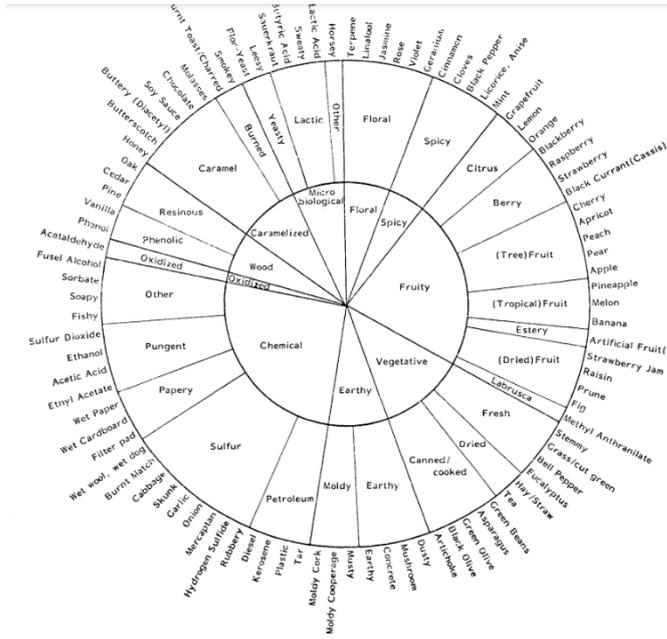


Ilustración 12. Rueda de los aromas del vino.  
Fuente: Noble et al. (1984: 108).

Ilustración 13. Dendrograma de los aromas del vino tinto. Fuente: Gawel et al. (2000: 204).

En este proyecto, ampliaremos y analizaremos los aromas para extraer una lista definitiva y establecer todas las relaciones posibles. Comprobaremos si la variedad es realmente lo suficientemente amplia para plasmarla en este formato multimodal. En caso afirmativo, tomaremos como modelo los diversos ejemplos que existen para el vino como los indexados con anterioridad. Debido a la complejidad de la labor, optamos por no filtrar el tipo de procedencia, es decir, no marcaremos si es primario, secundario o terciario en el núcleo de la rueda. Para ello, se necesitaría un mayor conocimiento de los productos y analizarlos desde una perspectiva enológica. Con estas relaciones y bocetos, contactamos con la Dra. Rocío Márquez Ortega, presidenta de VINAVIN (Asociación Amigos Amantes del Vino y del Vinagre). Gracias a sus investigaciones y acciones, ha logrado que este derivado acético retome el esplendor que tenía en un pasado. La función de la enóloga consistirá en asesorar y revisar lo que la extracción terminológica señalará. Tras ello, empleamos Adobe Illustrator para trazar el recurso dada la practicidad que otorga para elaborar diseños desde sus inicios y sin plantilla.

## 4. RESULTADOS

La metodología arriba descrita ha derivado en unos resultados que desarrollaremos, en primer lugar, mediante el análisis terminológico de corpus y, posteriormente, en el diseño final de la rueda de los aromas.

### 4.1. Análisis terminológico

La extracción terminológica se basó, como se ha mencionado, en la lista obtenida mediante Sketch Engine. Los 150 textos contaban con un total de 20 627 unidades, lo cual se tradujo en 1890 unidades léxicas y 392 términos. El gráfico<sup>37</sup> dispuesto a continuación resume el predominio de las ULE pertenecientes a la “nota de cata” y dentro de ella, “olfato”. Si comparamos con pasadas investigaciones (Morales-Jiménez, 2024: 139), vemos que dicho predominio (por ejemplo, “aterciopelado” o “pajizo”) es inferior en esta investigación, 62 % frente al 43 % en la actualidad. Observamos que los términos presentes en el envasado han incrementado levemente (10 % en comparación con el 15 % actual) debido a que en algunos casos las fichas técnicas no contaban con descripciones cuidadas y detalladas sobre el producto. Esto refleja la falta de esmero en un producto señero de nuestra gastronomía. En contraposición, se mencionan rasgos en lo relativo al tipo de botella (“botella dórica” o “dosificador pilfer”) o diversas abreviaturas (“CDR”).

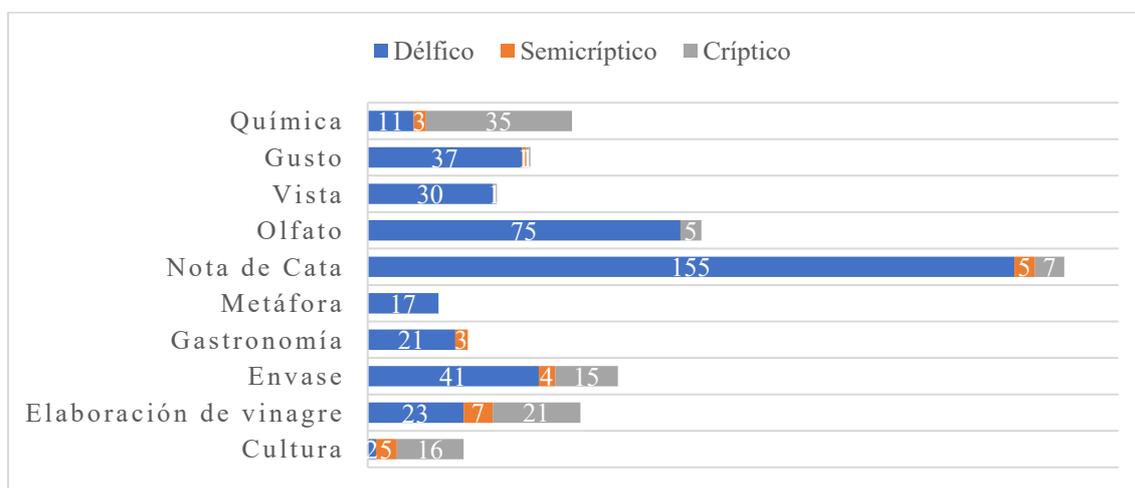


Ilustración 14. Extracción terminológica dividida por campos y por nivel de especialización. Fuente: elaboración propia basada en Sketch Engine.

<sup>37</sup> Los campos temáticos son los indicados en el punto 2, modificando “Montilla-Moriles” por “cultura” porque el corpus está compuesto por vinagres de toda España y Latinoamérica. En esta categoría hemos englobado todos los aspectos culturales como “Sierra Calidad Superior” (zona de cultivo de Montilla-Moriles), también denominada como “Zona Sierra de Montilla” (D. O . P. Montilla-Moriles, sin fecha). De igual modo, en la gráfica hemos incluido “nota de cata” como total y las tres fases de las que se compone: “vista”, “olfato” y “gusto”.

En lo concerniente al grado de especialización, es fundamental recordar el origen de las unidades indexadas en este discurso. El Índice de Densidad Terminológica global resultante es 0,21 %, que, según la propuesta de Rodríguez-Tapia (2019: 439), se puede englobar como texto especializado emitido por especialistas y destinado a un público instruido. Así pues, la asimetría entre los participantes de la comunicación encaja con lo indicado en la definición de la ficha técnica. No obstante, como se ha referenciado, estos datos requieren ser analizados con mayor profundidad. El objetivo inicial del proyecto no es representar la especialización del discurso, sino corroborar pasados estudios y proponer un boceto de rueda de los aromas. Pese a ello, preliminarmente indicamos que el IDT por niveles cuenta con una prevalencia de ULE délficas (70 %), causada por la inclusión de la cata o de los recursos metafóricos. Son estos los campos en los que más ULE délficas hay. Hemos etiquetado como “semicrípticas” aquellas en las que el lector puede conocer la denominación, pero no cuentan con la capacidad de explicar, como “P. X.” (Pedro Ximénez) o “PET” (sigla en inglés de “Tereftalato de polietileno”). El nivel con mayor opacidad supone un 24 % del total de IDT, en el que encontramos “anhídrido sulfuroso” (tipo de conservador derivado de la oxidación del azufre empleado como bactericida (Consejo Profesional de Enólogos Centro de Enólogos de San Juan, sin fecha) o “bocoy” («barril grande para envase» (RAE, 2023)).

#### 4.2. La rueda de los aromas

En apartados anteriores nos cuestionábamos si era posible diseñar una rueda de los aromas del vinagre de vino y el bagaje nos ha demostrado que existe un amplio rango de ULE que son aromas. A partir de la relación de aromas generada, hemos comparado con las ruedas del vino citadas con anterioridad. En su totalidad contamos con 12 familias aromáticas y 60 aromas presentes en el corpus. Es reseñable la leve diferencia entre la cifra aquí mencionada y la incluida en la tabla. Esto se debe a que, en la última criba para la rueda, obviamos la sinonimia (“bota” y “barrica”) o la mención por separado de la fase en sí (“olfativa” o “familias aromáticas”).

Si analizamos la frecuencia, los matices que más aparecen en la ficha técnica son los frutales (33 %), seguidos de las maderas (25 %), vínicos (16 %) y tostados (13 %). Por otro lado, si observamos los *tokens* por procedencia de aroma, los primarios (frutales, herbáceos y florales) son los predominantes, seguidos de los aromas derivados de la barrica o terciarios (madera, empireumáticos, especias o frutos secos). Todo esto sucede en detrimento de los secundarios, puesto que la fermentación acética enmascara las

características que se producen en la fermentación alcohólica y que le atribuyen aromas de levadura, bollería o alcohol. No obstante, estos últimos están representados junto a los vánicos o licorosos. Consideramos pertinente incluirlos en el diseño, ya que el origen del vinagre es el vino y en las catas se hace especial énfasis en su procedencia.

En la siguiente tabla adjuntamos todos los aromas catalogados por familias con el objetivo de facilitar su lectura. Para su clasificación hemos encontrado diversos problemas como las fronteras de cada aroma, entre los que destacan el “balsámico” o la “vainilla”. La elaboración de vinagre en Italia difiere de la de España, resultando en unos productos con una textura, aromas y sabores diferentes. Los italianos se denominan todos balsámicos y son más dulces, melosos y oscuros. Empero, cuando se emplea este adjetivo en los productos españoles (todos los del corpus), no hace alusión a esas cualidades sino a tostados aromáticos. En lo concerniente a la vainilla, puede aparecer según diversas clasificaciones como “dulce” o “especia”, siendo más frecuente en el primero. Por dicho motivo, optamos por introducirlo en dulce, pero junto a especias como puente de unión. Estos son algunos de los ejemplos que han mostrado dificultad y que gracias a la colaboración de la doctora Rocío Márquez Ortega, hemos podido subsanar y generar el resultado final. Fue ella la que propuso, por ejemplo, modificar el nombre de los vinos (como ‘fino’ u ‘oloroso’) para respetar las denominaciones que se emplean en el sector (“vino blanco” o “tinto” acompañado de “tranquilo” o “generoso”).

Familia	Subfamilia	Aroma
Flor	Flor blanca	Azahar
		Jazmín
		Majuelo
Herbáceos	Hierbas frescas	
	Hierbas aromáticas	Estragón
		Laurel
Verdura	Pimiento	
Frutales	Fruta ácida	Limón
	Fruta de árbol	Manzana
		Melocotón
		Albaricoque
		Higo
	Fruta madura	
Uva	Garnacha	
	Palomino	

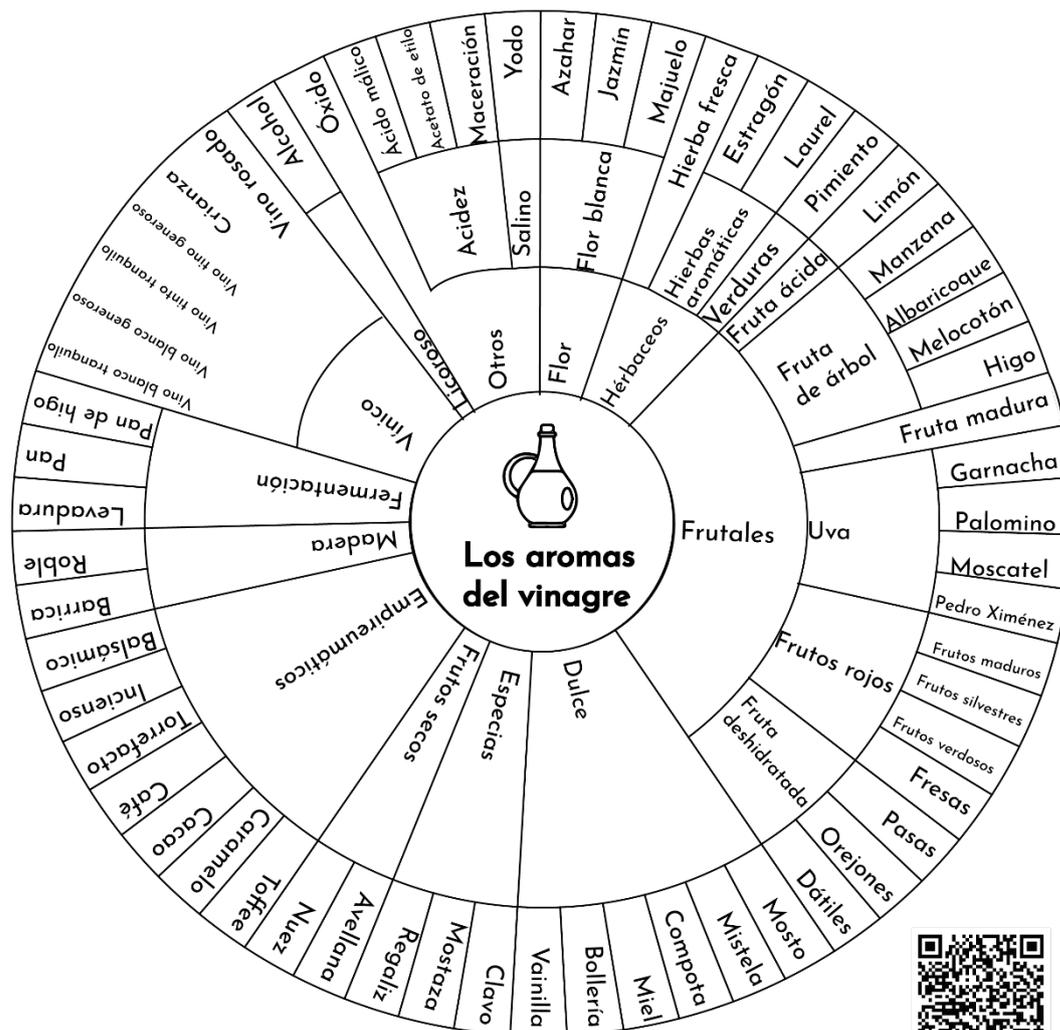
		Moscatel
		Pedro Ximénez
	Fruta roja	Fresas
		Frutos maduros
		Frutas silvestres
		Frutas verdosas
Fruta deshidratada	Pasa	
	Dátil	
	Orejón	
Dulce		Mosto
		Mistela
		Compota
		Bollería
		Miel
		Vainilla
Especias		Clavo

	Mostaza
	Regaliz
Frutos secos	Avellana
	Nuez
Empíreumáticos	Cacao
	Café
	Caramelo
	Incienso
	Torrefacto
	<i>Toffee</i>
	Balsámico
Madera	Botas/barrica
	Roble americano
Fermentación	Levadura
	Pan
	Pan de higo
Vínico	Vino blanco tranquilo

	Vino blanco generoso	
	Vino tinto tranquilo	
	Vino tinto generoso	
	Crianza	
	Vino rosado	
Licoroso		Alcohol
Otros	Óxido	
	Acidez	Acetato de etilo
		Ácido málico
Salino	Yodo	

Tabla 8. Aromas clasificados por familia, subfamilia.  
Fuente: elaboración propia.

Debido a las limitaciones propias del capítulo, lo hemos adjuntado sin los colores seleccionados. Hemos incluido un código QR con el que acceder al recurso en color.



Juan Pedro Morales-Jiménez (GIRTraduvino)  
y Rocío Márquez Ortega (VINA VIN)

Ilustración 15. Rueda de los aromas. Fuente: elaboración propia con la colaboración de Rocío Márquez Ortega, en representación de VINA VIN.

## 5. CONCLUSIONES

A modo de corolario, ha quedado demostrado que el vinagre ofrece una riqueza terminológica compuesta por una amplia gama de campos (química, enología, gastronomía o cultura, entre otros). Este análisis confirmó lo que muchos autores han indicado para el vino, es decir, el vino y el vinagre cuentan con unos textos especializados que se nutren del discurso común para las unidades. Las fichas técnicas son documentos elaborados por expertos y destinados a una amplia gama de receptores. Cuentan con un IDT general (0,21 %) que lo constata y, en un análisis preliminar y pormenorizado, hemos observado que una mayoría de los términos son delficos (70 %) y, por lo tanto, resultan transparentes para un lector lego. No obstante, son términos que en este contexto adquieren un valor especializado único que le confiere la necesidad de conocer de primera

mano el sector. Esta dificultad se agrava con la existencia de ULE que son crípticas (24 %) y que requieren una búsqueda documental para los foráneos a estos textos.

Una de las ramas más predominantes es la nota de cata, un género textual *per se* que está indexado en la ficha técnica. Por dicho motivo, nos ha resultado de gran interés plasmar dichos matices en un producto de gran utilidad para enólogos, enoturistas y amantes del vinagre: la rueda de los aromas. Consideramos que es una herramienta multimodal que permite al que la emplea comprender la riqueza de un producto señero a la vez que visualizar los matices que se pueden encontrar en la cata.

La rueda aquí expuesta es el resultado final de esta investigación que pretende servir como herramienta al sector vitivinícola. No obstante, es el diseño inicial que necesita, en primer lugar, comprobarse por una mayor cantidad de enólogos al igual que desglosarse por tipo de vinagre. La variedad de productos nos invita a continuar este proyecto marcando la diferencia entre todos los tipos que existen (tintos, finos, balsámicos españoles, balsámicos italianos, ...). La vinificación y los diferentes cuidados otorgan apreciaciones diversas y habrá aromas que no estén presentes en todos los derivados acéticos. Por ende, para futuras investigaciones pretendemos elaborar diversos modelos en el seno de GIRTraduvino y bajo la supervisión de VINA VIN. De igual modo, anhelamos profundizar la presencia del vinagre de vino en otros países punteros en la producción de vino y su respectiva traducción, al igual que esclarecer la problemática mencionada en torno a la terminología.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOWKER, L. and PEARSON, J., 2002. *Working with specialized language: a practical guide to using corpora*. London & New York: Routledge.
- CABRÉ I CASTELLVÍ, M.T., DOMÈNECH, O. y ESTOPÀ, R., 2018. *La terminologia avui: termes, textos i aplicacions. Primera edició en format digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- CALLEJÓN FERNÁNDEZ, M.R., 2008. *Caracterización química y sensorial del aroma del vinagre de vino*. Universidad de Sevilla.
- CONSEJO PROFESIONAL DE ENÓLOGOS CENTRO DE ENÓLOGOS DE SAN JUAN, sin fecha. *ANHÍDRIDO SULFUROSO*. Available at:

- [http://www.consejodeenologos.com.ar/panel/upload/contenidos/pdf/Microsoft\\_Word\\_\\_ANHDRIDO\\_SULFUROSO\\_1.pdf](http://www.consejodeenologos.com.ar/panel/upload/contenidos/pdf/Microsoft_Word__ANHDRIDO_SULFUROSO_1.pdf) [Accessed 29 September 2024].
- CORPAS PASTOR, G. and SEGHIRI DOMÍNGUEZ, M., 2010. Size Matters: A Quantitative Approach to Corpus Representativeness. In: *Lengua, traducción, recepción en honor de Julio César Santoyo*. Universidad de León Área de Publicaciones. León, pp. 111–145.
- D. O . P. MONTILLA-MORILES, sin fecha. ‘Tipos de Suelo’, *Montilla-Moriles*. Available at: <https://www.montillamoriles.es/territorio/tipos-de-suelo/> [Accessed 29 September 2024].
- DURÁN, L. and COSTELL IBÁÑEZ, E., 1999. Percepción del gusto. Aspectos fisicoquímicos y psicofísicos. In: *Food science and technology international = Ciencia y tecnología de alimentos internacional*, 5, pp. 299–309.
- EDWARDS, M., 1983. *Fragrances of the world = Parfums du monde*. Sydney: Fragrances of the World.
- GARCÍA GALLEGO, J., 2008. *Maridaje, enología y cata de vinos*. Antequera (Málaga): Innovación y Cualificación Editorial S.L.
- GAWEL, R., OBERHOLSTER, A. and FRANCIS, I.L., 2000. A “Mouth-feel Wheel”: terminology for communicating the mouth-feel characteristics of red wine, *Australian Journal of Grape and Wine Research*, 6(3), pp. 203–207. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1755-0238.2000.tb00180.x> [Accessed 29 September 2024].
- IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M., 2024. La diatopía en el español de la vid y el vino, *Onomázein*, pp. 53–72. Available at: <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne14.03> [Accessed 29 September 2024].
- LEXYTRAD, 2006. *ReCor*. Málaga. Available at: <https://www.lexytrad.es/es/recursos/recor-2/> [Accessed 29 September 2024].
- LUQUE JANODET, F., 2021. La nota de cata como género textual y texto especializado estudio a partir de un “Corpus” bilingüe (francés-español). In: *Tendencias actuales en traducción especializada, traducción audiovisual y accesibilidad*. T. Barceló Martínez, I. Delgado Pugés and F. García Luque, pp. 201–218.

- MÁRQUEZ ORTEGA, M. R., 2020. *Aseguramiento de la calidad y autenticación de vinagres de vino mediante sensores NIRS*. Universidad de Córdoba. Available at: <<https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/20115>> [Accessed 29 September 2024].
- MARTÍNEZ LANZÁN, G., 2022. Si el vino hablara... El lenguaje de la cata. In: *Enotradulengua. Géneros y tipos textuales en el sector del vino*. M. Ibáñez Rodríguez y M. Pascual Cabrerizo. Peter Lang, pp. 75–104.
- MARTÍNEZ MARTÍNEZ, A., 2020. Figuras retóricas en las notas de cata de vinos. In: *Enotradulengua: vino, lengua y traducción*. Peter Lang, pp. 303–321.
- MARTÍNEZ MARTÍNEZ, A., 2023. *La nota de cata de vinos como género textual: Estudio contrastivo inglés-español*. Universidad de Valladolid. Available at: <<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/63675>> [Accessed 29 September 2024].
- MORALES-JIMÉNEZ, J. P., 2024. La terminología y los culturemas del vinagre Denominación de Origen Protegida Montilla-Moriles: la ficha técnica, *ELUA: Estudios de Lingüística*. Universidad de Alicante, (42), pp. 131–150. Available at: <<https://doi.org/10.14198/ELUA.26953>> [Accessed 29 September 2024].
- Noble, A.C., ARNOLD, R. A., MASUDA, B. M., PECORE, S. D., SCHMIDT, J. O. and STERN, P. M., 1984. Progress Towards a Standardized System of Wine Aroma Terminology, *American Journal of Enology and Viticulture*, 35(2), pp. 107–109. Available at: <<https://doi.org/10.5344/ajev.1984.35.2.107>> [Accessed 29 September 2024].
- PÁRAMO, B., 2023. *Oler. Aromas, esencias, hedores y pestilencias*. CSIC y Zahorí Books.
- PASCUAL CABRERIZO, M. y MARTÍNEZ LANZÁN, G., 2023. La traducción vitivinícola: un caso especial de traducción especializada con distintas aplicaciones didácticas, *CLINA Revista Interdisciplinaria de Traducción Interpretación y Comunicación Intercultural*, 9(2), pp. 41–58. Available at: <<https://doi.org/10.14201/clina2023924158>> [Accessed 29 September 2024].
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2023. *Diccionario de la Lengua Española*. Available at: <<https://dle.rae.es/>> [Accessed 29 September 2024].

RIVAS CARMONA, M. M. y RUIZ ROMERO, M. Á., 2021. *Feeding the future: text typology in agri-food translation*. València: Publicacions de la Universitat de València.

RODRÍGUEZ-TAPIA, S., 2019. *El grado de especialización textual: caracterización a partir de la percepción sociocognitiva de la terminología y las relaciones discursivas*. Universidad de Córdoba. Available at: <<http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/17650>> [Accessed 29 September 2024].

RODRÍGUEZ-TAPIA, S., 2020. El grado de especialización textual del discurso médico en español: análisis basado en corpus desde la teoría de la percepción, *Panace@: revista de medicina lenguaje y traducción*, 21(51), pp. 75–92.

RODRÍGUEZ-TAPIA, S., 2024. *Gestión terminológica, corpus especializados y extracción automática de terminología en español*. Granada: Comares (Interlingua).

VEROZ GONZÁLEZ, M.A., 2014. *La traducción en el Parlamento Europeo. Estudio de los textos técnicos y de comunicación administrativa*. Universidad de Córdoba. Available at: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=68478&orden=0&info=link>> [Accessed 29 September 2024].

WIESENTHAL, M., 2002. *Diccionario Salvat del vino*. 2a ed. Barcelona: Salvat.

