

LA TRADUCCIÓN DE LAS METÁFORAS DEL VINO

Esther fraile vicente.

Universidad de Valladolid

1. INTRODUCCIÓN

Me gustaría comenzar enfatizando la relevancia del producto protagonista de este trabajo y la lengua con que se expresa.

El vino no es una bebida más, ya que no ha dejado indiferente a nadie, ni en la historia y cultura pasadas, en las que ha tenido amplia repercusión, ni en la actualidad donde está floreciendo la llamada “cultura del vino”. De él se han cantado muchas bondades y se ha llegado a concederle hasta “propiedades mágicas”:

Alimento cotidiano, brebaje mítico, origen de representaciones y significados que nutren el imaginario del que lo bebe. [...] conserva el papel de mediador entre el mundo vegetal y la sociedad, es vehículo de las relaciones entre la divinidad y el hombre, sus virtudes mágicas alcanzan lo psicológico por sus propiedades sicotrópicas (desinhibición, alegría, incluso la ebriedad) que hacen del vino una bebida social, generalmente consumida en compañía, como sustancia potenciadora de la cordialidad y la comunicación [...] el vino y el universo que lo rodea son sinónimos de la cultura occidental a un tiempo que una industria, un negocio, un placer y también una ciencia (MARC MARTÍNEZ, 2004: 307-308).

Sin embargo, el vino es un producto difícil de describir con palabras. En efecto, un vino se analiza a través de los sentidos, teniendo en cuenta percepciones visuales, olfativas y gustativas pero, mientras las percepciones visuales pueden comprobarse de manera objetiva, las olfativas y gustativas son forzosamente personales¹. Nos encontramos ante un lenguaje de especialidad subjetivo que depende de la ambigüedad de las percepciones sensoriales de cada catador (*vino delgado/ complejo/ anguloso*):

Se trata de reflejar una realidad que [...] , de alguna manera, no se puede materializar en términos concretos, sino que expresa impresiones personales generalmente subjetivas, de ahí que se recurra a la metáfora y la analogía para intentar hacer comprensible una sensación más que un concepto [...] resulta difícil encontrar los términos precisos que expliquen los procesos mentales y sensaciones del catador, y que además puedan ser compartidos por una comunidad de hablantes, expertos o entendidos en el tema (MARTÍNEZ LANZÁN, 2004: 363)².

Como podrá deducirse, el léxico de la lengua del vino muestra un carácter mixto como el de otros lenguajes de especialidad. Se compone a un mismo tiempo de tecnicismos creados por especialistas, que son difíciles de entender para el no iniciado, y de palabras de la lengua general que aclaran los conceptos y sensaciones más abstractos, en forma de definiciones, *sinónimos*, *metonimias* y *metáforas* (DE FELIPE BOTO y FERNÁNDEZ ANTOLÍN, 2004: 20-221). Por tanto, la lengua del vino, además de

¹ Por ejemplo, para describir el gusto, se utilizan *sinestesias* que toman prestados los términos de algún otro sentido como el tacto (*vino áspero*).

² Cita adaptada por la autora.

la función informativa importante en todo lenguaje de especialidad, muestra también cierta *función poética*, ya que utiliza la metáfora para crear términos nuevos. Estas palabras de la lengua general adquieren un significado más específico en el dominio de la vitivinicultura y se convierten en términos cuyo significado y traducción nos desconciertan.

Buscando la *justificación* para este artículo, he vuelto la vista atrás, hacia las conclusiones del anterior *Congreso Internacional de la lengua de la vid y el vino y su traducción*. Allí se corroboró la necesidad de seguir limitando y definiendo los conceptos de esta lengua y, sobre todo, de formar traductores especializados en ella (SUÁREZ TOSTE, 2004: 323). El presente estudio se enmarca en esa necesidad, ya que trata de la traducción de las metáforas del vino, cuestión que todavía no se ha analizado suficientemente desde perspectivas como la lingüística contrastiva, la traductología o los estudios de corpus (DEMAECKER, 2004: 299). El *propósito* del trabajo es doble: por una parte, describir algunas de las metáforas de la lengua del vino en español, por otra parte, analizar los problemas que entraña su traducción al inglés.

Parto de la *hipótesis* de que las metáforas del vino intervienen en la formación de la *fraseología (unidades fraseológicas)*³ de la lengua del vino y se plasman principalmente en sus *colocaciones, expresiones idiomáticas y refranes*. De igual modo que la fraseología de las lenguas refleja las cualidades y connotaciones que una comunidad ha ido asociando durante siglos con sus alimentos básicos, muchas lenguas han implicado al vino en su peculiar visión del mundo, y han utilizado imágenes para describir sus características sensoriales, los efectos físicos y anímicos que produce su consumo, y las circunstancias de la vida en que suele estar presente (MONTORO DEL ARCO, 2007:131).

2. METODOLOGÍA

La *metodología* que he empleado en la búsqueda de los fraseologismos que constituyen el corpus base de la investigación se ha concretado en el uso de variados recursos lexico-terminográficos, en papel y formato digital:

- En primer lugar, me he servido de directorios de diccionarios en línea, como *Yourdictionary* y *Onelookdictionaries* para tener una visión de conjunto de la fraseología de los términos “vino” y “wine”, porque estos recursos permiten localizar un término concreto en la multitud de diccionarios a que dan acceso.
- Además, he usado diccionarios monolingües en español (*Real Academia, María Moliner, Enciclopedia Larousse*) e inglés (*Webster, Longman, Collins, Wordreference*) para encontrar más expresiones relacionadas con los términos anteriores, así como su significado exacto (pues es esquivo en estas expresiones metafóricas).
- Con el mismo propósito de delimitar las connotaciones semánticas de las expresiones metafóricas, he utilizado diccionarios de expresiones idiomáticas en inglés (*Penguin, NTC*).
- Los diccionarios bilingües (*Oxford, Larousse*) me han ayudado a encontrar las traducciones de las expresiones analizadas, mientras que la base de datos terminológica IATE ha sido útil para hallar las colocaciones más especializadas y las metáforas más curiosas, así como sus traducciones.
- Para recopilar los refranes sobre el vino, me he servido principalmente de las variadas páginas web a que remite el buscador *Google* en interrogaciones como: *refranes del vino, wine proverbs and sayings*. También he utilizado diccionarios monolingües en papel (*Penguin*).

³ Para variar el estilo, también las denomino con su abreviatura, *UF*, y con el sinónimo *fraseologismos*.

Acompaño cada ejemplo de UF metafórica que aparece en este trabajo de las siguientes abreviaturas que identifican los recursos léxico-terminográficos consultados:

Buscadores de diccionarios	
Yourdictionary	(YD)
OneLook	(OL)
Diccionarios monolingües	
Diccionario de la Real Academia Española	(RAE)
Diccionario de uso del español. M ^a Moliner	(DUE)
Gran enciclopedia Larousse	(GEL)
http://www.infoagro.com/viticultura/diccionario/diccionario.asp	(IA)
Random House Webster's Unabridged Dictionary	(RHWUD)
Longman Dictionary of Contemporary English	(LDCE)
Collins Cobuild English Dictionary for Advanced Learners	(CCEDAL)
Wordreference	(WR)
http://www.sallys-place.com/beverages/wine/wine_glossery.htm#o	(SP)
Diccionarios bilingües	
Gran diccionario Oxford	(GDO)
Diccionario moderno español-inglés, inglés-español Larousse	(DMEIL)
Diccionario Cambridge Klett Compact	(DCKC)
BD terminológica de la UE (Interactive Terminology for Europe)	(IATE)
http://www.diccionariodelvino.com	(DDV)
Diccionarios de expresiones idiomáticas y refranes	
English Idioms	(EI)
The Penguin Dictionary of English Idioms	(TPDEI)
NTC's English Idioms Dictionary	(NEID)
The Penguin Dictionary of Proverbs	(TPDOP)
The New Dictionary of Current Sayings & Proverbs Spanish & English	(TNDCSP)
Páginas web con recopilaciones de refranes	
Refranes en español	
http://www.augustobriga.net/memoria/REFRANES.htm#extremadamentecomunes	(AU)
http://figueroa22.com/historia_tapas/las_tapas_vino.htm	(F22)
http://www.refranerocastellano.com/refran26	(RC)
http://usuarios.lycos.es/labrezosa/Vino.html	(UL)
http://www.wikilearning.com/monografia/refranes_el_vino_con_el_amigo-comentarios_de_los_refranes_en_torno_al_vino/4565-2	(WL)
Refranes en inglés	
http://www.theworldwidewine.com/Wine_quotes/Anonymous_wine_quotes.php	(TWWW)
http://www.researchover.com/quotes/topics/Wine_and_Spirits-2753/	(RO)
http://lists.ccil.org/pipermail/philnet/2001-July/003164.html	(LCO)
http://cogweb.ucla.edu/Discourse/Proverbs/Spanish-English.html	(CUE)
http://books.google.es/books?id=y0NAAAAYAAJ&pg=PA231&lpg=PA231&dq=%22wine+proverbs+and+sayings	(HBW)

Tabla 1. Recursos léxico-terminográficos utilizados

Para localizar la definición y equivalentes de los términos más escurridizos, he consultado muchas otras direcciones de Internet que indico en notas a pie al lado de la expresión en cuestión.

3. NOCIÓN DE METÁFORA

Para empezar, delimitaré cómo concibo la *metáfora*, haciendo hincapié en la importancia de este recurso, que es una característica universal tanto del lenguaje cotidiano como del científico, de modo que apenas podemos hablar sin metáforas, aunque no seamos conscientes de ello.

El término *metáfora* es griego, significa “transposición” y designa la figura retórica que aplica el nombre de un objeto a otro con el cual se observa alguna analogía, es decir, permite entender una cosa en términos de otra (LAKOFF & JOHNSON, 1980/1995: 41): Por ejemplo, en la colocación metafórica *vino de dos orejas* estamos utilizando una parte del cuerpo humano para describir un tipo de vino particular, en concreto, uno de dos años.

La caracterización anterior de la metáfora descubre su doble naturaleza, como fenómeno lingüístico y conceptual:

- Como *fenómeno lingüístico*, la metáfora emplea una palabra con un significado diferente al que suele tener, utiliza una imagen visual simple para transmitir una idea compleja o abstracta.
- Como *fenómeno conceptual*, es un proceso mental que nos permite conocer el mundo; que va más allá de la analogía ya que no se limita a comparar semejanzas entre objetos, sino que asocia los significados de dos palabras de dos dominios aparentemente distintos y produce un nuevo significado para cada uno de ellos. De este modo, cada metáfora lingüística es la realización superficial de una metáfora conceptual subyacente (LAKOFF y JOHNSON, 1986: 46).

En efecto, la metáfora aplica las propiedades del sujeto metafórico para describir el otro sujeto, suprime algunas de esas características y selecciona o enfatiza otras. Por tanto, esta figura no sólo implica una extensión de significado, también suprime los rasgos semánticos que considera irrelevantes en un contexto determinado. La interacción entre los dos sujetos genera un nuevo significado para cada uno de ellos. Por tanto, la metáfora, en vez de expresar las semejanzas existentes entre dos sujetos, crea otras nuevas (McCLOSKEY, 1998 [1985]: 42 y 47). En este sentido, INDURKHYA (1992 apud FUERTES OLIVERA y PIZARRO SÁNCHEZ, 2002: 47) reconoce *metáforas que crean semejanzas* merced a las que, no existe parecido entre los dos sujetos la primera vez que se encuentran, pero éste surge cuando se asimila la metáfora. Este tipo de metáfora tiene un papel importante en la creación de terminología y fraseología como la del campo que nos ocupa.

También en la lengua del vino la metáfora es la base para elevar a la categoría de términos especializados un buen número de palabras que, en el contexto cotidiano, tienen unas connotaciones totalmente diferentes. Esta lengua se sirve de la metáfora y la metonimia para dar *realidad* a una sensación que está en la mente del catador y debe transmitir a otros destinatarios con un grado de especialidad diferente (MARTÍNEZ LANZÁN, 2004: 363).

En la fraseología de la lengua del vino, muchas metáforas comenzaron siendo originales, pero sufrieron un proceso de desgaste y terminaron por *fosilizar* formando *colocaciones, expresiones idiomáticas, fórmulas de rutina, o refranes*. Estas metáforas

muertas (NEWMARK 1988, SNELL-HORNBY 1988) se parecen a una palabra corriente y se usan simplemente porque ahorran a los hablantes el esfuerzo de inventar una expresión nueva. Son expresiones que el hablante ya no reconoce como metáforas, porque han perdido su motivación o significado original, han entrado a formar parte del sistema lingüístico y cultural, y aparecen en los diccionarios.

4. LA TRADUCCIÓN DE LA METÁFORA

Como vemos, la metáfora constituye un fenómeno complejo: puede aparecer casi bajo cualquier forma, se modifica constantemente y escapa a clasificaciones, de modo que ni siquiera los diccionarios pueden reproducir en su totalidad la riqueza de este recurso que se encuentra en continuo proceso de creación y fosilización. Las metáforas de la lengua del vino también son difíciles de delimitar y traducir, debido al carácter subjetivo del vocabulario de la cata, que varía de un catador a otro⁴. Las herramientas de que disponemos, unos pocos glosarios explicativos y algunos diccionarios bilingües, no son suficientes para captar esta riqueza de matices (DEMAECKER, 2004: 297).

En relación con el segundo propósito de esta investigación, la traducción de las metáforas, cabe preguntarse sobre la dificultad de esta tarea. Pues bien, si la función de la metáfora es meramente comunicativa, la expresión idiomática se podrá traducir tan fácilmente como cualquier otra palabra para la que el diccionario ofrece un equivalente establecido. No obstante, muchas veces la equivalencia no es automática, sino que puede estar limitada por la importancia que adquiera la metáfora en el contexto:

- En este sentido, SAMANIEGO FERNÁNDEZ (1995: 110-111) explica que la auténtica dificultad en la traducción de la metáfora reside en hasta qué punto es interpretable en la lengua origen (LO), ya que cuanto más información soporte la figura, será más difícil de traducir. La dificultad aumenta cuando la metáfora tiene una función específica en un contexto concreto, pues el traductor tendrá que analizar al detalle ese *propósito comunicativo*. En ocasiones, el *contexto* impide el uso de una metáfora incluso cuando ésta tiene un equivalente natural.
- Por otra parte, la metáfora contiene un elevado número de *referencias culturales* que dificultan su trasvase lingüístico. Podrán traducirse de modo directo las metáforas con resonancias culturales que compartan campos culturales con la cultura meta.
- Además, es importante conservar el *tono* y las salvedades de cada lengua dado que las metáforas sufren procesos de lexicalización de diferente naturaleza en cada lengua.
- Finalmente, la traducción de esta figura no debe guiarse tanto por la igualdad semántica o formal como por la equivalencia de efectos, aunque hay que tener en cuenta que casi todos los métodos de traducción de esta figura presentan un grado ineludible de pérdida (entre la infratraducción y la sobretraducción).

CORPAS PASTOR (2003: 311) puntualiza que la traducción de las unidades fraseológicas (UF) requiere una interpretación similar a la de un texto, dado que los fraseologismos constituyen auténticas unidades de traducción dentro de sus contextos más amplios, los textos que las albergan. La traducción de la fraseología debe observar las cuatro fases siguientes:

- 1) Identificación de la UF.
- 2) Su interpretación en el contexto.
- 3) Búsqueda de correspondencias en el plano léxico.

⁴ MARC MARTÍNEZ (2004: 310) se refiere a esta situación como “impresionismo denominativo”. Se enfatiza la precisión descriptiva inherentemente subjetiva.

4) Establecimiento de correspondencias en el plano textual (CORPAS PASTOR, 2003: 281).

La autora advierte de que los traductores de fraseologismos cometen errores típicos de traducción en cada una de las fases anteriores: puede que el traductor no identifique la UF como tal, la reconozca pero sea incapaz de interpretarla correctamente en contexto, la reconozca y la interprete correctamente, pero no ofrezca el equivalente adecuado (CORPAS PASTOR, 2003: 219).

Esta investigadora resume también las cuatro *estrategias* básicas que se han reconocido tradicionalmente para traducir un fraseologismo:

- 1) Traducción mediante una unidad *equivalente* en la LM, ya sea una sola palabra u otro fraseologismo.
- 2) Traducción mediante *paráfrasis* del contenido de la UF en el texto original (TO).
- 3) *Omisión* en el TM de una UF del original.
- 4) Relacionado con todo lo anterior, *compensación* en otras partes del TM mediante la introducción de una UF no presente en el texto original (CORPAS PASTOR, 2003: 305-306).

Los *procedimientos* de traducción que se utilizan con más frecuencia con los fraseologismos, de nuevo según CORPAS PASTOR (2003: 306), son la *equivalencia* y el *calco* pero en los últimos años se han matizado estas nociones, principalmente el concepto de *equivalencia*:

- La *equivalencia* se ha considerado idónea durante mucho tiempo para traducir la fraseología de las lenguas. Sin embargo, las reducciones, sustituciones, desintegraciones semánticas y demás modificaciones de las UF en el discurso la hacen inviable en muchos contextos.
- El análisis contrastivo tradicional proporcionaba equivalencias atendiendo a criterios semánticos denotativos. El análisis actual, que considera además criterios sintácticos y pragmáticos (diferencias culturales, variedades de lengua, frecuencia de uso, connotaciones) ha observado que, muchas UF que se consideraban equivalentes, tienden a mostrar algún tipo de diferencia en el contenido, la forma, o función. Por tanto, incluso los supuestos casos de fraseologismos totalmente equivalentes se convierten en equivalentes parciales, una vez examinadas sus condiciones de uso, frecuencia, connotaciones e implicaturas, y tales discrepancias se acentúan aún más cuando pasamos del sistema de la lengua a la actualización en el plano textual y discursivo (CORPAS PASTOR, 2003: 254).
- Las incongruencias semánticas, pragmáticas o diasistemáticas entre una UF y su supuesto equivalente inclinan al traductor a usar otros procedimientos indirectos (*transposición, modulación, explicitación*) más cercanos a la *paráfrasis*.
- El uso de la *omisión* rara vez se contrarresta con la compensación fraseológica en otros puntos del TM.
- El traductor opta por el *calco* incluso cuando existe un fraseologismo equivalente, en detrimento tanto de la equivalencia como del préstamo.

En la actualidad, se establecen los siguientes tipos de equivalencia entre las UF, para los que se aplican diversas técnicas de traducción: Obsérvese sobre todo los variados casos en que puede hablarse de equivalencia parcial entre dos fraseologismos (CORPAS PASTOR, 2003: 206-209):

1. La **equivalencia total** tiene lugar entre dos UF que tienen el mismo significado denotativo y connotativo, la misma base metafórica, frecuencia de uso, carga pragmática y connotaciones (variedades diastráticas, diafásicas y diatópicas). Se traducen mutuamente mediante la técnica llamada *sustitución*. Como puede imaginarse, los ejemplos que muestran esta estrategia de traducción son escasos:

- Europeismos, UF que tienen un origen común en ambas lenguas (metafórico o no) o forman parte de la misma herencia cultural europea: *The black sheep of the family* = *La oveja negra de la familia*. *All roads lead to Rome* = *Todos los caminos conducen a Roma*.
 - Unidades literales, las locuciones denominativas o terminológicas: *Acid rain* = *Lluvia ácida*. *Rent debate* = *Rebaja impositiva*.
2. La **equivalencia parcial** se produce entre los fraseologismos de dos lenguas con diferencias en el significado denotativo o connotativo, la base metafórica, la frecuencia, las variedades y connotaciones. Las imágenes, aunque distintas, pueden compartir una idea básica, pueden partir de una misma metáfora ontológica, general y abstracta o de la observación de la misma realidad que se conceptualiza de forma distinta en ambas comunidades. Los dos fraseologismos tienen la misma función y son equivalentes comunicativamente, por tanto se pueden traducir con la técnica de la *sustitución*. Si la equivalencia parcial no es *compensada* en contexto, puede producir infratraducción o sobretraducción. Las dos UF pueden mostrar el siguiente abanico de diferencias:
- Distinto significado fraseológico (denotativo) por ligeras diferencias en sus bases metafóricas: *Hit the nail on the head* ≈ *Dar en el clavo* (en inglés prima lo acertado del comentario, en español la dificultad implícita en la decisión tomada).
 - Mismo significado fraseológico y base metafórica, diferente significado literal: *Let (s.t) slip through one's fingers* ≈ *Dejar escapar (algo) de las manos*.
 - Mismo significado fraseológico, difieren la imagen metafórica y el significado literal: *To pull somebody's leg* ≈ *Tomarle el pelo a alguien*.
 - Asimetría polisémica, a una UF monosémica le corresponde una polisémica y viceversa: *The kiss of life* sólo coincide con *hacer a alguien la respiración/ el boca a boca* en su primera acepción (1. Mouth to mouth resuscitation. 2. Action that revitalizes an art, science. 3. A shot in the arm).
 - Distinta distribución, frecuencia y preferencias de uso en tipos textuales concretos: *Lead (sb) up the garden path* ≈ *Llevarse a alguien al huerto*, ambas son coloquiales pero la española es humorística. También hay diferencias de distribución textual: la inglesa suele aparecer acortada *the garden path*, premodificando sustantivos como *sentence*, *clause* generalmente en artículos sobre temas de lingüística.
 - Diferente variedad (diastrática, diafásica o diatópica):
 - *Up the spout* ≈ *En estado* (la UF inglesa es polisémica y tiene connotaciones argóticas y despectivas mientras que la española es de nivel neutro).
 - *To play hook(ey)* ≈ *Hacer novillos*. *Hacerse la piarda/ rabona* (español de américa).
 - *French letter* ≈ *condón* (se pierde la connotación eufemística).
 - *Y un cuerno* ≈ *All my eye and Betty Martin* (anticuada en inglés).
 - El equivalente de traducción es una unidad léxica simple, operación que conlleva una pérdida de expresividad e institucionalización fraseológica: *De bote en bote* = *Packed*. *In two minds* = *Indeciso*.
 - Distintos complementos: *Put one's finger on (st)* ≈ *Poner el dedo en la yaga* (el fraseologismo inglés necesita actualizar el complemento en el discurso).
 - Diferente función oracional: *Jack of all trades* ≈ *Aprendiz de mucho, maestro de nada* (la expresión española tiene independencia textual).
 - Distintas operaciones de transformación: *Put one's foot in it* ≈ *Meter la pata* (sólo la UF española permite la nominalización: *metedura de pata*).
 - Diferencias históricas que hacen referencia a personajes, acontecimientos o lugares históricos no presentes en la lengua meta (LM): *Prometer el oro y el moro* ≈ *Promise*

(sb) *the earth/ moon* (la construcción española tiene su origen en una leyenda de moros y cristianos).

- Distintas implicaturas y connotaciones: *You scratch my back, I'll scratch yours* $\approx$ *Hoy por tí, mañana por mí* (la UF inglesa implica cierta deshonestidad o clandestinidad, la española no).
3. La **equivalencia aparente** se produce con locuciones que presentan similitud formal pero diferencia semántica, los llamados “false friends”. Para traducir estos casos, se identifica a priori el traslema correspondiente y se aplica la técnica de la *sustitución*: *To have one's wires crossed* no significa “tener los cables cruzados” sino “sufrir un malentendido”.
 4. La **equivalencia nula** se establece con realidades lingüísticas de la LO que no se lexicalizan en la LM (*lexical gaps*) por razones lingüísticas, históricas, culturales. Hay que recurrir a la *paráfrasis* o alguna otra técnica de transferencia del significado (*compensación, modulación, transposición, adición...*), para aproximarse al significado denotativo, perdiéndose generalmente el significado connotativo:
 - Todas las EI relacionadas con el mundo del toreo que carecen de equivalente en inglés: *Salir por la puerta grande. Hacer el paseillo. Ponerse el mundo por montera*, así como todas las relacionadas en inglés con el mundo de los caballos: *Back the right/ wrong horse. Hold one's horses. Lock the stable door after the horse has been bolted.*

En cuanto a la traducción de los refranes, SEVILLA MUÑOZ Y SEVILLA MUÑOZ (2005: 353) distinguen dos tipos de correspondencia, literal y conceptual, de acuerdo con criterios semánticos, sintácticos y pragmáticos similares a los de CORPAS PASTOR:

- La correspondencia literal implica que la paremia de la LM tiene una idea clave, significado y forma idénticos o prácticamente idénticos a la de la LO.
- En la correspondencia conceptual, la paremia de la LM coincide sólo en la idea clave y en el significado (tiene distinta forma) que la de la LO.

Estos investigadores (2005: 350) combinan varias técnicas en la traducción de los refranes para crear grupos de paremias vinculadas entre sí por una idea clave, el actante (humano, animal, objeto), la relación sinonímica o hipónima, las técnicas *actancial, temática, sinonímica e hiperonímica*:

- La técnica actancial busca refranes con un mismo protagonista en las dos lenguas.
- La temática establece correspondencias a través de una idea clave.
- La sinonímica localiza refranes con cierto grado de equivalencia de significado.
- La hiperonímica da por válida una correspondencia genérica. La existencia de las paremias hiperónimas resulta muy útil en la búsqueda de correspondencias, pues en el caso de no disponer de una paremia específica, se puede recurrir a la hiperónima.

Su propósito final es descubrir con mayor facilidad los universales paremiológicos, el caudal paremiológico común existente en las distintas lenguas (SEVILLA MUÑOZ Y SEVILLA MUÑOZ, 2005: 365-366).

Traducir metáforas significa comprender su funcionamiento dentro de las culturas, supone relacionar sistemas conceptuales y no lenguas. Culturas diferentes pueden representar la realidad según metáforas diferentes, la traducción debe hacer coincidir los dos sistemas diferentes. De este modo, cuando se traduce hacia la cultura anglosajona, es importante considerar que el lenguaje de la cata del vino en los Estados Unidos muestra un grado mayor de estandarización con respecto a la libertad con que cuenta el español. El público americano dispone de un lenguaje de cata perfectamente codificado que está acostumbrado a imitar, el estilo descriptivo de entusiasmo contagioso de

Robert Parker. Ello implica que, para traducir adecuadamente la lengua del vino del español al inglés, hay que tener muy en cuenta las colocaciones y combinaciones metafóricas previamente fijadas por esta tradición. El calco de metáforas e imágenes que no tienen correspondencia en inglés daría como resultado un lenguaje artificioso y casi irreconocible en esa lengua, demostraría la falta de dominio de un registro idiomático, el lenguaje de la cata, que es una jerga altamente específica. Por otra parte, también hay que considerar la falta de correlativos culturales, los problemas que plantearía la traducción del español al inglés de expresiones como olores a “barandilla de colegio oxidada” que pueden sugerir sensaciones distintas en cada lengua (SUÁREZ TOSTE, 2004: 324-325).

5. COLOCACIONES METAFÓRICAS DE LA LENGUA DEL VINO⁵

Tras esta introducción teórica sobre la noción de metáfora y sus técnicas traslatorias, ha llegado ya la hora de analizar algunos ejemplos concretos de colocaciones metafóricas de la lengua del vino en español y estudiar cómo pueden traducirse al inglés. He encontrado numerosas colocaciones formadas por adjetivos y otros modificadores que suelen acompañar al término “vino”, por lo que no he ampliado más los criterios de mi búsqueda y, simplemente, he seleccionado algunas de esas construcciones que, desde mi punto de vista, constituyen metáforas claras:

A. En primer lugar, he observado cierta tendencia a la personificación del término “vino” en castellano que suele coaparecer con modificadores que se refieren a características de los humanos, formando colocaciones nominales como las siguientes:

1. *Vino abocado* ≈⁶ Ligeramente dulce y de agradable paladar, generalmente mezcla de seco y dulce⁷.
2. *Vino apagado/ muerto/ mudo* ≈ Que ha terminado su fermentación, y que no desprende gas carbónico (IATE). Ligeramente turbio, sin aroma y pobre de sabor⁸.
3. *Vino de cabezas* ≈ Obtenido por maceración de los orujos prensados o no, eventualmente adicionados de sustancias propias que puedan darle el carácter de un vino (IATE).
4. *Vino cabezón* ≈ Con graduación alcohólica excesivamente alta. Que se sube fácilmente a la cabeza (RAE).
5. *Vino carnoso* ≈ Se dice de los vinos plenos, grasos, ricos, que tiene materia y producen en el paladar una sensación de cuerpo denso⁹.
6. *Vino de lágrima* ≈ El que destila la uva sin exprimir ni apretar el racimo (RAE).
7. *Vino de una oreja* ≈ Delicado y generoso (RAE). *Vino de dos orejas* ≈ fuerte y bueno (RAE, DUE).

⁵ Sigo la clasificación de unidades fraseológicas de CORPAS PASTOR (1997) para las lenguas española e inglesa, que, a grandes rasgos, divide los fraseologismos en colocaciones, locuciones y enunciados fraseológicos (refranes y fórmulas de rutina). La autora concibe las colocaciones como: “UFS formadas por varias unidades léxicas en relación sintáctica, que no constituyen por sí mismas, enunciados o actos de habla. Están fijadas sólo en la norma, constituyen sintagmas completamente libres a los que el uso ha conferido cierto grado de restricción combinatoria” (CORPAS PASTOR, 2003: 276).

⁶ Me sirvo del símbolo ≈ para introducir las definiciones de los términos en su lengua original.

⁷ Referencia encontrada en <http://www.gastrosur.com/cocinagaditana/diccionaria.htm>

⁸ En <http://www.proyectosfindecarrera.com/definicion/vino-apagado.htm>

⁹ En <http://www.proyectosfindecarrera.com/definicion/vino-carnoso.htm>

8. *Vino delgado* ≈ Con poco cuerpo (GDO). Vino de vides de poca calidad, con poco sabor y acidez total elevada (IA).
9. *Vino delicado* ≈ Con aromas y sabores de calidad poco intensos, pero vivos y agradables (DDV).
10. *Vino encabezado/fortificado* ≈ Con alcohol añadido (WR).
11. *Vino flojo* ≈ Que no tiene mucha actividad, fortaleza o calidad (RAE). Vino sin carácter, generalmente con baja graduación alcohólica (DDV).
12. *Vino gordo/grueso/robusto* ≈ Vino ordinario, con mucho color y robusto (IA).
13. *Vino generoso* ≈ Más selecto y añejo que el llamado corriente o vino de mesa (DUE).
14. *Vino honesto* ≈ vulgar, sin complejidad, sin dimensión: honesto pero sin interés especial (DDV).
15. *Vino joven* ≈ De menos de un año (DUE).
16. *Vino maduro/viejo* ≈ Añejo de crianza (GEL).
17. *Vino peleón* ≈ El muy ordinario, RAE. Que se vende corrientemente en las tabernas (DUE).
18. *Vino virgen* ≈ El que ha fermentado sin la casca (GEL).

Las traducciones de estas colocaciones dan lugar a *paráfrasis* de su significado en algo más de la mitad de los casos (concretamente en 10 de 18 ejemplos):

- o *Vino abocado* = Fortified wine¹⁰. Slightly sweet, medium dry, from the mixture of dry wines with sweet we get the wine called in Jerez Abocado, that is, a medium-sweet wine¹¹.
- o *Vino apagado/muerto/mudo* = Still wine (IATE).
- o *Vino de cabezas* = Piquete, pomace wine (IATE).
- o *Vino de lágrima* = Type of sweet wine (GDO).
- o *Vino de una oreja, de dos orejas* = Good wine (DMEIL).
- o *Vino encabezado/fortificado* = Fortified wine (GDO, WR)
- o *Vino flojo* = Very poor quality, second-rate (GDO)
- o *Vino joven* = Young (GDO)
- o *Vino peleón* = Cheap wine, plonk (WR). Rough, cheap (GDO).
- o *Vino virgen* = Virgin wine.

Para la otra mitad (9/18), sin embargo, la lengua española recurre a las mismas metáforas, o a otras muy similares, es decir, a *equivalencias totales*:

- o *Vino cabezón* = Heady (GDO).
- o *Vino carnosos* = Fleshy (SP). Meaty (DDV).
- o *Vino delgado* = Thin wine (GDO).
- o *Vino delicado* = Delicate (SP)
- o *Vino joven* = Young wine (GDO).
- o *Vino generoso* = Generous wine (GDO).
- o *Vino gordo/grueso/robusto* = Fat/ gutty/ robust wine (GDO, IATE).
- o *Vino honesto* = Honest (SP)
- o *Vino maduro/viejo* = Mature/ old wine (GDO, IA).

¹⁰ En <http://www.diccionarios.com/consultas.php?palabra=vino&diccionario=spaeng>

¹¹ En http://www.verema.com/en/forum/whole_thread.asp?message=2704

B. Además, advierto ejemplos de otros modificadores metafóricos en español que explican determinada característica del vino utilizando imágenes de otros campos semánticos (materiales, herramientas, vegetales):

1. *Vino aterciopelado* ≈ Vino tinto, suave y noble, de buen tacto (IA).
2. *Vino de aguja* ≈ Espumoso (GDO, WR).
3. *Vino cubierto* ≈ El de color oscuro (RAE).
4. *Vino de dos/ tres hojas* ≈ De dos, tres o más años (RAE).
5. *Vino de garrote* ≈ Obtenido al prensar fuertemente la uva. Elaborado a partir de orujo o vinagre aguado (DDV).
6. *Vino de hielo* ≈ De uvas que se han mantenido en la vid para que se congelen de manera natural y aumente su azúcar (DCKC).
7. *Vino de paja* ≈ Los racimos se depositan en cestos de mimbre o sobre lecho de paja para que se vayan deshidratando y la uva vaya sobremadurando de forma lenta (DCKC).
8. *Vino de solera* ≈ El más añejo y generoso que se destina para dar vigor al nuevo (RAE).
9. *Vino de yema* ≈ el de en medio de la cuba o tinaja (GEL). Que no es el del principio ni el del final (RAE).

Estas colocaciones metafóricas también tienden a *parafrasearse* al trasladarse al inglés, (los 6 primeros ejemplos siguientes de un total de 9), aunque además he encontrado 2 *equivalencias totales* (ejemplos 7 y 8, 2/9) y un préstamo (último ejemplo, 1/9):

- o *Vino de aguja* = Slightly sparkling wine (GDO) pearl wine (TRINOR¹²).
- o *Vino cubierto* = Vine covered (WR).
- o *Vino de dos/ tres hojas* = Two-year/ three-year wine.
- o *Vino de garrote* = Wine which needs much pressing (DMEIL).
- o *Vino de solera* = Old sherry (GDO).
- o *Vino de yema* = First or light pressings (IATE).
- o *Vino aterciopelado* = Velvety (SP).
- o *Vino de hielo* = Ice wine (*eiswein* en alemán)¹³.
- o *Vino de paja* = “Vin de paille” (IATE). Vino asoleado (DDV).

6. EXPRESIONES IDIOMÁTICAS¹⁴ RELACIONADAS CON EL VINO

A continuación, voy a caracterizar brevemente algunas *expresiones idiomáticas*¹⁵ que mencionan el vino. En mi búsqueda de estas unidades, he observado que es escaso el número de EI que contienen los términos “vino” y “wine”, tanto en español como en inglés (yo he encontrado 8 y 4, respectivamente), por lo que he decidido ampliar la investigación a locuciones que contengan palabras relacionadas con el campo semántico que nos ocupa: “viña” y “uva” en castellano, “vine”, “vintage” y “grape” en inglés. De esta forma consigo 27 expresiones idiomáticas, 18 en español y 9 en inglés.

¹² En <http://www.trinor.com/WineES/WineTermsES.html>

¹³ En <http://www.cabovolo.com/2008/01/vino-de-hielo.html>

¹⁴ CORPAS PASTOR (2003: 277) las define del siguiente modo: “Las locuciones son UFS del sistema de la lengua, que no constituyen enunciados completos ni actos de habla y que funcionan, generalmente, como elementos oracionales”.

¹⁵ También denomino las expresiones idiomáticas con su abreviatura *EI* y el término sinónimo *locuciones* (ya establecido por CASARES 1969, ZULUAGA 1980, TRISTÁ 1983b, CORPAS PASTOR 1997).

Tradicionalmente, las EI se han reconocido como metafóricas debido a que el significado literal de las palabras que componen la construcción no corresponde, por lo general, con su significado auténtico (ej.: *Tener el vino alegre/ triste*, DMEIL) y esta característica es también la base de su interés. En efecto, el poder de estas construcciones reside, de algún modo, en esa capacidad que muestran de sugerir su significado literal y metafórico a un mismo tiempo, y en la posibilidad de esos dos significados de interactuar entre ellos.

La caracterización tradicional anterior de las expresiones idiomáticas presenta algunas limitaciones: es negativa y poco constructiva pues en realidad no explica cómo se puede llegar a su significado, y no tiene en cuenta ciertas locuciones que, junto al significado metafórico, mantienen parte del significado literal: *Dormir el vino* (DMEIL), *Arropar las cepas* (DMEIL). Dicha definición tendría que puntualizar que el significado de una expresión idiomática no *suele* resultar de la suma de los significados individuales de las palabras que la integran, y que esas expresiones pueden presentar *diversos grados* de idiomatización (*Aguar/ bautizar el vino*, GDO), por lo que *generalmente* la traducción literal de una locución a otra lengua no suele dar buenos resultados: *por si las moscas* = **for if the flies*.

Además, una *expresión idiomática* puede presentar otras peculiaridades semánticas y sintácticas:

- Debe constar al menos de dos palabras: *Tomar viñas* (RAE), *De todo hay en la viña del señor* (RAE).
- La conexión léxica, es decir, las palabras que componen la expresión, suele ser fija, aunque en algunos casos la EI puede admitir variantes: *Aguar/ bautizar/ acristianar el vino* (GEL, RAE), *Tener el vino alegre/ triste* (DMEIL), *Tener alguien buen/ mal vino* (DMEIL).
- Puede desviarse de los patrones sintácticos y semánticos de las lenguas: *Tener alguien el vino alegre/ triste* (DMEIL), *Ser algo una viña* (RAE), *Viñas y Juan Danzante* (RAE), *Entrar por uvas* (DMEIL), locuciones cuya sintaxis no parece muy ortodoxa.

En relación con la traducción de las EI relacionadas con el vino en español e inglés, he comprobado las siguientes posibilidades:

A. De nuevo noto la tendencia a personificar las acciones relacionadas con este líquido elemento, y a usar la *paráfrasis* en la traducción de las locuciones de las dos lenguas en 13 de las 27 expresiones, casi a la mitad de ellas (7 de 18 expresiones en español y 5 de 9 en inglés). Se observará que estas construcciones muestran diversos grados de transparencia semántica (compárese *Dormir alguien el vino* y *Wine and dine* con *Ahogar las penas en vino* y *Wither on the vine*). Acompaño cada entrada de su definición, un contexto que facilite su interpretación y su posible equivalente de traducción:

1. *Aguar/ bautizar/ acristianar el vino* ≈ Mezclar agua con otro líquido, generalmente vino, casi siempre para rebajarlo (RAE). *Su oficio era aguar el vino para que a los bodegueros les cundiera más* (CREA)¹⁶
= To water down the wine (GDO).

¹⁶ Cuando no he encontrado contextos de uso de estas locuciones, los he buscado en el *Corpus de Referencia del Español Actual* (CREA).

2. *Ahogar las penas en vino* ≈ Beber para olvidar penas y sinsabores¹⁷. *Ahogaba sus penas en vino* (GDO).
= To drown one's sorrows in drink (DMEIL).
3. *Dormir alguien el vino* ≈ Dormir mientras dura la borrachera (RAE). *Vas a tener que acabar de dormir la borrachera en el calabozo* (CREA).
= To sleep it off (DMEIL). To sleep off one's hangover (DCKC).
4. *Tener alguien buen o mal vino* ≈ Comportarse pacíficamente cuando se emborracha, o por lo contrario, ser pendenciero y agresivo, tener buen o mal carácter. *Tiene el vino alegre/ triste* (GEL). *Tiene mal vino* (RAE).
= To turn nasty when somebody is drunk. To be happy/ sad when somebody is drunk (DMEIL). To hold one's drink well (DCKC).
5. *Arropar las viñas* ≈ Abrigar las raíces de las cepas con basura, trapos u otras cosas (GEL). *Ven pues como amigo a arropar mis viñas*¹⁸.
= To bank up the earth around the vines (DMEIL).
6. *Entrar por uvas* ≈ Arriesgarse (RC). *No tardó mucho en entrar por uvas. - Son casi las doce -dijo-, de modo que al grano...* (CREA).
= To take the risk (DMEIL).
7. *Estar de mala uva. Tener mala uva* ≈ mala intención o mal carácter, mal humor. *Luis tiene mala uva* (RAE).
= To be in a fool mood (GDO).
8. *Tomar las uvas/ de la suerte* ≈ En España la tradición de Nochevieja más extendida es la de las doce uvas, Se dice que quien no coma las 12 uvas antes de que terminen las campanadas tendrá un año de mala suerte¹⁹. *Un año más los españoles cenarán la noche del 31 de diciembre haciendo coincidir el postre con la medianoche para tomar las uvas de la suerte y entrar con buen pie en el año nuevo*²⁰.
= To see the New Year in (by eating one grape on each chime of the clock) (GDO).
9. *Adam's wine*²¹ ≈ Water as a beverage, from the supposition that Adam had nothing but water to drink. *In Scotland water for a beverage is called Adam's Wine*²².
= Agua (DMEIL).
10. *To be in wine* ≈ Drunk. *I should wish you were brought home in wine rather than to come in so sober and so late as you do* (BNC)²³.
= Estar bebido (DMEIL).
11. *Wine and dine* ≈ You go out, for example to expensive restaurants, and spend a lot of money: *A lot of money went on wining and dining prospective clients* (CCEDAL).
= Comer y beber (GDO). Agasajar a alguien, festejar a alguien (DMEIL).

¹⁷ En <http://www.acanomas.com/Diccionario-Espanol/115180/PENA.htm>

¹⁸ En [http://foros.infor.ya.com/SForums/\\$M=readmessage\\$TH=6596509\\$F=38852\\$ME=14604262](http://foros.infor.ya.com/SForums/$M=readmessage$TH=6596509$F=38852$ME=14604262)

¹⁹ En http://es.wikipedia.org/wiki/A%C3%B1o_Viejo

²⁰

En

http://uvalop.org/es/noticias/archivo/2001/12/28/las_uvas_de_la_suerte_una_sana_costumbre/index.php

²¹ Mezclo las locuciones españolas e inglesas para contrastar mejor las diferencias entre las dos lenguas.

²² En <http://www.bartelby.com/81/184.html>

²³ También busco contextos para las locuciones inglesas en el *British Nacional Corpus* (BNC).

12. *To wither on the vine* $\approx$ To die through neglect (with special reference to ideas or proposals): *Our new manager had lots of ideas about reorganizing the bussiness. Instead of arguing with him, we allowed his proposals to wither on the wine* (TPDEI).

= Dejar que algo quede desfasado (GDO).

13. *I heard it through the grapevine* $\approx$ The grapevine is a source of information, rumours, gossip, which is for ever churning out new items: *I heard it through the grapevine that the boss and his secretary are getting married at the end of the month* (TPDEI).

= Me he enterado de que (GDO).

B. Parece menos frecuente que se emplee también una locución en la lengua meta (LM) para traducir la de la LO (en 6 de los 27 casos, casi una cuarta parte). Suelen emplearse más *equivalencias parciales* (5 en total, 2 en español y 3 en inglés) que *equivalencias totales* (1 en inglés). Se tiende a usar tanto metáforas de campos semánticos distintos (en 3 ocasiones) como imágenes del mismo campo semántico (en otros 3 casos). Escribo en cursiva las traducciones que corresponden a expresiones idiomáticas:

Equivalencia total:

14. *Turn water into wine* $\approx$ If someone turns water into wine, they transform something bad into something excellent²⁴. *"I can walk on water or turn water into wine", he said* (BNC).

= *Convertir el agua en vino*

Equivalencias parciales:

15. *Dar las uvas* $\approx$ tardar mucho. *Si no te das prisa nos van a dar las uvas* (GDO).

= If you don't hurry up we'll be here all day/ all night/ *until the cows come home* (GDO).

16. *De uvas a peras* $\approx$ de tarde en tarde (RAE). *Y también tengo muchos amigos de infancia que veo de uvas a peras, nunca mejor dicho, porque los veo en Nochevieja y ya está* (CREA).

= *Once in a blue moon* (GDO).

17. *To put new wine in old bottles* (Bible) $\approx$ To put new ideas into an old framework which cannot accommodate them (TPDEI). *Neither do men put new wine into old bottles, else the bottles break* (Matthew 9:17) (BNC).

= *Echar vino nuevo en pellejos/ odres viejos* (GDO, TNDSP)

18. *To be a clinging vine* $\approx$ a person who behaves in a helpless and dependent manner in relationships with others (RHWUD). *Paul needs a clinging vine, a woman he can support and cherish a placid, amenable, domesticated type who'll be happy just running his home and watching television with him* (BNC).

= Poco independiente. *Ser pegajoso. Ser como una lapa* (GDO).

19. *Sour grapes* $\approx$ To disparage something because it is unattainable. From Aesop's fable of the Fox and Grapes (TPDEI). *It's just sour grapes!* (WR). =

= ¡Pura envidia!, Eso es como la fábula de la zorra y las uvas (WR) *Las uvas están verdes* (GDO) *¡Están verdes!* (DMEIL).

²⁴ En <http://www.usingenglish.com/reference/idioms/search.php?q=wine&submitted=1&Submit=Search>

C. También he constatado un número generoso de EI españolas (concretamente 8) que parecen resistirse a la traducción, ya que no he podido encontrarlas en ninguno de los recursos utilizados. Tampoco he hallado ejemplos de estas locuciones en el CREA (aunque sí en el CORDE), por lo que supongo que pueden ser expresiones anticuadas y, si hubiera que trasladarlas a la lengua inglesa, serían candidatas al uso de la paráfrasis o el préstamo (dejar la EI en español):

20. *Pan o vino* ≈ Especie de juego semejante al de las chapas que se hacía con una tejilla o cosa parecida mojada por una cara, que llaman vino, así como a la otra la llaman pan (RAE).
21. *Como hay viñas* (familiar) ≈ Dicese para asegurar la verdad de algo que se ha dicho anteriormente para evitar el uso de un juramento (RAE). *Lo que yo tengo que hacer es casarte, y te casaré como hay viñas en Jerez* (CORDE).
22. *Como por viña vendimiada* ≈ Con facilidad, sin estorbo ni reparo (GEL). *Entrose él con 40.000 por aquel reino como por viña vendimiada* (CORDE).
23. *De mis viñas vengo* ≈ Úsase para indicar que uno no ha tenido intervención en un hecho (GEL, RAE). *No sé nada, de mis viñas vengo* (CORDE).
24. *Ser algo una viña* ≈ Producir muchos beneficios o utilidades (RAE). *Una hija de ese temple es una viña, es un coche parado, es un consuelo* (CORDE).
25. *Tener una viña/ hallarse alguien una viña* ≈ Lograr una cosa u ocupación lucrativa y de poco trabajo (RAE).
26. *Tomar viñas/ las viñas* ≈ Coger las de Villadiego (RAE). *Si responde la vieja gruñidera, podrá tomar las viñas sin ser sentido* (CORDE).
27. *Viñas y Juan Danzante* ≈ Para dar a entender que alguien sale huyendo (RAE).

7. REFRANES²⁵ QUE MENCIONAN AL VINO²⁶

Finalmente, quiero estudiar algunos refranes que contienen la palabra “vino”. Aunque estas expresiones parecen entenderse literalmente, las considero metafóricas en cuanto que también muestran un segundo significado referencial más general, es decir, muchos de ellos pierden relación con la situación que los causó (la imagen del vino) y adquieren valor abstracto para poder ser aplicados a otro tipo de situación o parte de la realidad. Así, por una parte estas paremias reflejan el saber popular y encierran pensamientos a veces contradictorios a favor y en contra del vino, como es norma en el refranero que siempre expresa los aspectos positivos y negativos de un tema determinado. Por otra parte, ese significado literal, referido a los méritos y deméritos del vino, interacciona con un significado más general y metafórico que utiliza la imagen de esta bebida para censurar o alabar conductas humanas.

He de reconocer que me ha sorprendido el alto número de refranes del castellano que contienen la palabra *vino* (he seleccionado más de 300), comparado con la cifra de paremias que he encontrado en la lengua inglesa (algo más de 160). De todos ellos, sólo menciono algunos que considero metafóricos en el sentido que acabo de explicar.

²⁵ CORPAS PASTOR (2003: 277) los entiende de esta manera: “Los enunciados fraseológicos están fijados en el habla y pertenecen al acervo sociocultural de la comunidad hablante. Constituyen enunciados y actos de habla por sí mismos [...] Las paremias presentan autonomía textual y significado referencial”.

²⁶ En este capítulo he aplicado las ideas sobre refranes que he encontrado en las páginas web <http://usuarios.lycos.es/labrezosa/Vino.html> y http://www.wikilearning.com/monografia/refranes_el_vino_con_el_amigo-comentarios_de_los_refranes_en_torno_al_vino/4565-2

Desde el punto de vista de la traducción de estos refranes del español al inglés y viceversa, puede comprobarse a continuación, que la mejor estrategia suele ser la *equivalencia parcial*, la sustitución de un refrán por otro con parecido significado, forma y frecuencia de uso, aunque no necesariamente con una imagen parecida. Analizaré simultáneamente las connotaciones que se desprenden de estos refranes, es decir, las cualidades positivas y negativas que se asocian con esta bebida:

A. El vino es un buen complemento de la comida que puede ayudar a disimular los defectos de aquella. Por ejemplo, el vino combina bien con el pan, la carne, el queso, alimentos que se identifican con un vivir sano:

1. *Con pan y vino se anda camino* (con la variante *Pan y vino andan camino, que no mozo garrido*) (AU, F22, UL, WL) advierte de la necesidad de comer usando estos dos alimentos básicos. Este refrán aparece ya en *La Celestina* (acto IV) en boca de su protagonista Melibea. La traducción recurre a la *paráfrasis*: *Things never seem so bad after a good meal*²⁷ (GDO).
2. *Al pan, pan, y al vino, vino* (y también *Al pan, pan, y al vino, vino, le chupas el culo a un peregrino*) (WL) es el típico refrán metafórico que utiliza esos alimentos para aconsejar que llamemos a las cosas por su nombre. Se sobreentiende el verbo “llamar” con que se comenta el hecho de decir las cosas con claridad y sin rodeos (DUE). La traducción inglesa utiliza una *equivalencia total* que emplea una imagen distinta, pero conserva la idea de “llamar” *To call a spade a spade* (DCKC).

B. Parece la mejor bebida, de hecho, varios refranes recomiendan no mezclarlo con otro líquido (*Leche y vino, veneno fino*, RC, WL. *I don't care where the water goes if it doesn't get into the wine*, TWWW), ni siquiera con otro vino (*Never drink more than two kinds of wine at a sitting*, HBW). Se opone así a la leche, el agua, o la cerveza en inglés, que se consideran bebidas menos elaboradas. La mayoría de las traducciones corresponden a *equivalencias parciales* (4, 9, 10, 11), aunque también observo una *equivalencia total* (3) y una *paráfrasis* (8):

3. *Agua quiere el pez vivo; el muerto, vino* (RC, F22) tiene una *equivalencia total* *Fish must swim thrice* (TPDOP) que implica que los peces nadan primero en agua, luego deberían nadar en la salsa en que se cocinan, y finalmente en el vino con el que se emborrachan.
4. *Agua al higo y a la pera vino* (RC, F22, UL) es una recomendación culinaria que también recoge el inglés con formulaciones muy parecidas: *The peach will have wine and the fig water* (TPDOP) y *After melon, wine is a felon* (TPDOP).
5. *Al cuerpo hay que darle lo contrario de lo que quiere: si pide agua, darle vino, y si pide vino... ¡dale más vino!* (F22).
6. *Más vale vino malo que agua de pantano* (UL).
7. *Más vale vino turbio que agua clara* (UL).
8. *Bad wine is never worth good water* (HBW).
9. *Drink no longer water, but use a little wine for thy stomach's sake and thine often infirmities* (TWWW).
10. *The conscious water saw its God and blushed* (TWWW).
11. *Sweet is old wine in bottles, ale in barrels* (RO).

²⁷Acompaño cada grupo de refranes españoles relacionados por el significado de sus posibles equivalentes.

Con todo, algunos refranes unen el vino y la leche por ser elementos saludables, mientras que otros encumbran al agua o la cerveza por encima del vino. En este caso, descubro la primera diferencia entre las dos culturas, porque en inglés no he encontrado ejemplos que antepongan el agua al vino:

12. *El vino es la leche/ teta de los viejos* (AU, F22), alaba los efectos terapéuticos del vino en edades avanzadas que son equiparables a los de la leche. Puede traducirse con la *equivalencia total* *Wine is old men's milk* (LCO, TPDOP).
13. *La leche le dijo al vino: vente, amigo* (RC, WL). *Bebe leche y bebe vino y de viejo estarás como un niño/ y te conservarás lechuguino* (RC, WL) que son contrarios al ya mencionado *Leche y vino, veneno fino*, RC.
14. *El vino con agua es salud de cuerpo y alma* (UL).
15. *Bebe (el) agua a chorros y el vino a sorbos* (RC, F22, UL).
16. *Borrachez de agua, que la de vino es cara y sale a la cara* (UL).

C. Tomado con medida, el vino tiene propiedades curativas y beneficia tanto al cuerpo como a la mente, pues incluso rejuvenece y puede mantener alejado al médico. Existen refranes similares en inglés que constituyen *equivalencias totales* (17, 18) o *parciales* (19, 20, 24):

17. *A nadie le hace daño/ mal el vino, si se toma/ bebe con tino* (RC, F22, UL, WL) y su *equivalente total*: *Of all who take wine the moderate enjoy it* (HBW).
18. *Pan a hartura y vino con medida* (RC, F22, UL) también cuenta con un *equivalente total*: *Swallow bread to the full, but measure your wine* (HBW).
19. *Of wine, the middle, of oil the top, and of honey the bottom, is the best* (LCO, TPDOP).
20. *Drink a glass of wine at twenty, at forty a pint or more, a bottle but rarely, if you'd add years to the score* (HBW).
21. *Con el vino sanaría yo, marido; con el agua póngome mala* (UL).
22. *El vino alegra el ojo, limpia el diente y sana el vientre*, como dice mi abuelo (RC, F22, WL).
23. *Jamón y vino añejo estiran el pellejo* (RC, F22, UL).
24. *Which cheers the sad, revives the old, inspires the young, makes weariness forget his toil* (RO).

En relación con la mente, el vino quita las penas, alegra el corazón e influye en las relaciones amorosas. Estas paremias también cuentan con *equivalencias totales* (25, 26) o *parciales* (28, 29) en inglés:

25. *El buen vino alegra el corazón del hombre* (RC) tiene la *equivalencia total*: *Wine makes glad the heart of man* (RO).
26. *Carne pone carne, vino pone sangre y pan atiesa* (F22, UL) y su *equivalencia total*: *Good wine gives good blood* (HBW).
27. *Hombre que vive de amor y vino, que no se queje de su destino* (RC).
28. *Wine & youth increase love* (LCO)²⁸.
29. *A glass of wine purges off distempers* (HBW) y *A heart for wine is a heart for kindness* (HBW) explican que el vino aleja los pesares y atrae el buen humor.

²⁸ Pero también *Wine and youth are fire upon fire* (HBW), como veremos más adelante.

D. Hay refranes en las dos lenguas que indican **cómo hay que beber el vino, con quién y de dónde**. El vino se considera un bien apreciado del que hay que apurar hasta la última gota. Aquí se observa también alguna diferencia cultural relativa a nuestra costumbre de beber el vino en jarro de barro o porrón. Las paremias inglesas suelen corresponder a *equivalencias parciales* (32, 35 a 40):

30. *Bebe el vino en cristal o en vidrio; y si el vino es generoso en cristal precioso* (UL).

31. *El buen vino en cristal fino; el peleón en el jarro o en el porrón* (RC, F22) (WL).

32. *Wine is the best liquor to wash glasses in* (LCO).

33. *Vino en jarro de barro quiero; así no ven lo que bebo* (RC, F22, UL).

34. *Cada tres bocaditos, un traguito* (RC, F22).

35. *Good wine never needs re-corking* (HBW).

36. *Wine kept open all night is not worth a mite* (HBW).

37. *Thick wine glasses are clownish, thin ones are princely* (HBW).

38. *The wine in the bottle does not quench thirst* (RO).

39. *Drink what you fill, fill what you will* (HBW).

40. *Honey is not for the ass's mouth, nor good wine for the fool's* (HBW) explica en este caso quién no debe beber vino.

E. Muchas paremias de las dos lenguas enfatizan **la calidad del vino y las cualidades sensoriales a través de las cuales hay que percibirla**, el vino bueno suele venderse por sí mismo, ideas que también encontramos en inglés en forma de *equivalencias parciales* (42, 43), una *equivalencia total* (44) y una *paráfrasis* (45):

41. *El vino debe tener tres cosas de mujer hermosa: buen color, buena nariz y buena boca* (RC, F22, UL).

42. *Wine by the savour, bread by the colour* (LCO).

43. *The wine savours of the cask* (LCO).

44. *El buen vino no ha menester pregonero* (F22, UL) implica que las mercancías de buena calidad no necesitan publicitarse (TPDOP) al igual que *Good wine needs no bush*²⁹ que alude a la rama de hiedra que solía colgarse a la entrada de algunas tabernas para indicar que se servía buen vino (OLD).

45. *Vino de una oreja, prendado me deja, vino de dos, maldígalo Dios*³⁰ se corresponde en gran medida con la *paráfrasis* *No wise man drinks wine of two years when wine of one is to be bad* (HBW).

No obstante, también hay vinos de mala calidad, por lo que no debemos fiarnos de las apariencias, en este caso, he encontrado muchos más *equivalentes parciales* en inglés (47 a 52) que, sobre todo, recalcan la mala calidad del vino del anfitrión (49 a 52):

²⁹ La EI inglesa también puede traducirse con otra *equivalencia parcial*: *El buen paño en el arca se vence* (DMEIL) que tiene las mismas implicaciones que las otras dos locuciones.

³⁰ Basado en que cuando se degusta un vino se inclina la cabeza (y la oreja) hacia la izquierda mostrando aprobación; si desagrada, se mueve la cabeza a un lado y a otro (y con ella ambas orejas) (Canera Ruiz de Urbina, 1999:106).

46. *En el mejor vino hay heces. Pregonar vino y vender vinagre* (RAE) y su *equivalencia total*: *Cries wine, sells vinegar* (LCO). También *You cannot know the wine by the barrel* (TPDOP). Todas estas paremias advierten de que no hay que juzgar ningún aspecto por las apariencias.
47. *Wine is a turncoat (first a friend, then an enemy)* (TPDOP), aunque el vino es agradable de beber, sus efectos secundarios no lo son tanto.
48. *Never believe the wine is good because the owner tells you so* (HBW).
49. *Never drink bad wine out of compliment, "self preservation is the first law"* (HBW).
50. *Bad wine is the guest's horror and the host's disgrace* (HBW).
51. *Never abuse the wine of your host, few men give bad wine intentionally* (HBW).
52. *Drink your enemy's wine, it's as good as your friend's* (HBW).

F. El vino se compara con los amigos, la cualidad de “añejo” suele ser garante de la calidad de un vino, como sucede con la experiencia de las personas. En este caso, existe una *equivalencia total* en inglés que enfatiza el valor de los mayores (53), y algunas más *equivalencias parciales* en el mismo sentido y en sentido contrario (57, 61 a 63), así como una *paráfrasis* (56):

53. *Amigo y vino, el mas antiguo y sus equivalentes totales*: *Old friends and old wine are best* (CUE). *Best wine comes out of old vessel* (TPDOP). *A new friend is as new wine, when it is old thou shalt drink it with pleasure* (HBW).
54. *El tocino, el vino y el queso, añejos, el amigo, viejo* (RC, UL).
55. *Caballo viejo para cabalgar, leña vieja para quemar, vino añejo para beber, amigos viejos para conversar y libros viejos para leer* (UL).
56. *What is better than to sit at the end of a day and drink wine with friends, or substitute for friends* (TWWW).
57. *Wine improves with age. The older I get, the better I like it* (TWWW) que corrige nuestra primera impresión al leer el refrán.

No obstante, también se advierte en las dos lenguas de que las amistades que se hacen estando bajo los efectos del vino no son sinceras ni duraderas:

58. *Amigo de taza de vino, mal amigo y peor vino/ no vale un comino* (RC).
59. *Amistades que del vino se hacen, al dormir la mona se deshacen* (RC, F22, ULELV).
60. *Quien es amigo del vino es enemigo de sí mismo* (TNDCSP).
61. *From wine what sudden friendship springs* (RO).
62. *Ill temper over wine, is worse than brotherhood with swine* (HBW) advierte del tipo de amigos que no tenemos que tener cuando bebamos vino.
63. *Wine and youth are fire upon fire* (HBW) recomienda no beber cuando se es demasiado joven.

G. Facilita el uso de la palabra. Sin embargo, el vino también suelta la lengua dejando al descubierto la intimidad y naturaleza del bebedor, que puede ser distinta de la que ofrece en la vida diaria. El inglés tiene *equivalencias parciales* en torno a estas mismas ideas (69, 70, 71):

64. *En el vino está la verdad* (RC) que procede del refrán latino atribuido a Plinio el viejo *In vino veritas* y se conserva en inglés *In wine there is truth* (LCO, HBW) y en otras muchas lenguas.
65. *El vino, de la verdad es amigo* (RC, UL, WL) y *Of good wine none can make bad latin* (HBW) recalcan que el vino potencia la locuacidad.
66. *Cuando el vino entra, el secreto sale* (RC, UL, WL, F22).
67. *Borrachera pintona todavía no es mona, pero ya lo va siendo la de “escucha y perdona”* (UL) que recuerda lo pesados que nos ponemos cuando nos emborrachamos.
68. *Lo que se promete con el vino, se olvida por el camino* (RC, UL).
69. *Wine of the second bottle is a bad story-teller* (HBW).
70. *Wine wears no breeches* (LCO) que explica que cuando uno está borracho pierde toda vergüenza y hace cosas de las que después puede arrepentirse.
71. *The vine brings forth three grapes, the first of pleasure, the second of drunkenness, the third of sorrow* (TPDOP).

Del mismo modo, el vino es contrario a la razón, entorpece la capacidad de expresión y las facultades articulatorias y da lugar a palabras sin sentido. Algunos refranes se refieren a esta cualidad con ironía, e incluso humor y juegos de palabras (80, 81). Dado el peligro que esto entraña, se aconseja dar siempre la razón a los borrachos (MONTORO DEL ARCO, 2007:132). En inglés, una vez más, encontramos *equivalentes parciales* (75 a 79):

72. *Do entra el beber, sale el saber* (UL).
73. *La mujer y el vino sacan al hombre de tino* (RC, UL).
74. *Mucho vino, poco tino* (RC) (F22).
75. *Where the drink goes in, there the wit goes out* (RO).
76. *Wine is a whetstone to wit* (LCO).
77. *In wine, wit out* (LCO).
78. *Counsels on wine, seldom prosper* (LCO).
79. *Wine wit is the soul's rainbow* (LCO).
80. *Cuando Dios llamó a Gabino no dijo Gabino ven, dijo ¡Venga vino!* (F22) representa un ingenioso juego de palabras parecido a las sandeces que se dicen cuando estamos borrachos.
81. *Borracha está la ladra, hace tres días que no perra* recuerda cómo se nos traba la lengua cuando estamos bajo la influencia del vino.

H. El vino puede resultar dañino como el tabaco, el juego y las mujeres, que son considerados vicios que echan a perder a un hombre. Beber vino se cree un síntoma del pecado, comparable al desenfreno sexual, o al consumo de tabaco, es la puerta por la que penetra cualquier vicio, como el de no pagar la cuenta. No he encontrado muchos refranes en este sentido en inglés, únicamente dos *equivalencias parciales* (88 y 89):

82. *Tabaco, vino y mujer, echan al hombre a perder* (RC, WL).
83. *El juego la mujer y el vino, sacan al hombre de tino* (RC, UL).
84. *Naipes, mujeres y vino, mal camino* (ULELV).

85. *Donde entra mucho vino, todos los vicios hacen camino* (UL).
86. *Amor de puta y vino de frasco, a la noche gustosos y a la mañana dan asco* (RC, F22, UL).
87. *Quien bebe para olvidar, pague antes de empezar* (F22).
88. *Wine & wenches empty men's purses* (LCO).
89. *Love stole its purple light from the wine cup* (HBW).

Sin embargo, también existen refranes de carácter contrario, el tabaco y el beber (el vino) están entre los vicios más pequeños y, puesto que algún vicio hay que tener, más vale que sean estos que no otros. En este caso, descubro muchos más refranes en inglés, *equivalencias parciales* (93 a 98) que plasman la peculiar picaresca inglesa en torno al matrimonio (95-98):

90. *Al que no fuma ni bebe vino, el diablo le lleva por otro camino* (RC, WL).
91. *La mujer y la viña dan al hombre alegría* (RC).
92. *Tu vino, tu mujer y tu caballo, par ti solo gozarlo y, por eso, no alabarlo* (RC).
93. *A cellar without wine, a home without woman, a purse without money, are three deadly plagues* (HBW).
94. *Value wine like woman, for maturity, not age* (HBW).
95. *Wine makes old wives wenches* (LCO).
96. *If a life of wine, women and song becomes too much, give up the singing* (TWWW).
97. *Quarrels in matrimony and olives with wine give a relish* (HBW).
98. *Of wine and love, the first taste is best, no second sip equals* (HBW).

8. CONCLUSIONES

Este estudio ha seguido la nueva concepción de la metáfora que sustituye la metáfora lingüística tradicional, como recurso basado en la semejanza, por la noción de la metáfora conceptual, como procedimiento que crea un nuevo significado para los dos sujetos relacionados por esta figura. De este modo, la lengua del vino se sirve de la metáfora para definir sensaciones visuales, olfativas y gustativas causadas por esta bebida, por medio de imágenes de otras realidades que ya son familiares para el receptor del mensaje.

Las metáforas de la lengua del vino se materializan en tres tipos de unidades fraseológicas: colocaciones, expresiones idiomáticas y refranes. Mientras las colocaciones usan variadas metáforas para describir las características organolécticas del vino, las expresiones idiomáticas y los refranes aplican la imagen de este líquido elemento a otro tipo de situaciones de la vida real distintas del contexto vitivinícola.

Las unidades más abundantes parecen ser las colocaciones (junto con los refranes) dado que, aunque sólo he analizado un pequeño número de ellas, podrían estudiarse muchas más colocaciones metafóricas de la lengua del vino simplemente considerando, por ejemplo, los nombres de las diferentes variedades de uva.

El presente artículo apoya la propuesta de DEMAECER (2004: 301) en el primer *Congreso Internacional de la lengua de la vid y el vino y su traducción*, según la cual las metáforas del vino revelan varios mapas cognitivos, de los que el más prolífico es el

antropomórfico que compara este líquido con determinados aspectos de la persona, sus particularidades físicas (*ligero*), su personalidad (*amable*), o las partes de su cuerpo.

Por otra parte, la investigación ha servido para corroborar también las dos tendencias dominantes que la misma autora (2004: 302) observa en la traducción de las metáforas del vino que, o bien tienden a transmitirse con metáforas lingüísticas distintas en cada lengua, o con la misma metáfora conceptual pero con metáforas lingüísticas ligeramente distintas, es decir, que la estrategia traslativa que prevalece es la equivalencia parcial. De hecho, las traducciones que he considerado equivalencias parciales reflejan parte del amplio abanico de diferencias que comprende esta estrategia de traducción entre el significado fraseológico, la metáfora y el significado literal de dos UF:

- Distinto significado fraseológico por ligeras diferencias en sus bases metafóricas:
 - o *Agua al higo y a la pera vino* (RC, F22, UL) = *After melon, wine is a felon* (TPDOP).
- Mismo significado fraseológico y base metafórica, diferente significado literal:
 - o *El vino alegra el ojo, limpia el diente y sana el vientre* (RC, F22, WL) = *Which cheers the sad, revives the old, inspires the young, makes weariness forget his toil* (RO).
- Mismo significado fraseológico, difieren la imagen metafórica y el significado literal:
 - o *Borrachera pintona todavía no es mona, pero ya lo va siendo la de “escucha y perdona”* (UL) = *Wine of the second bottle is a bad story-teller* (HBW).
- Diferente variedad diastrática:
 - o *Amor de puta y vino de frasco, a la noche gustosos y a la mañana dan asco* (RC, F22, UL) es mucho más coloquial que *Wine & wench's empty men's purses* (LCO).
- Distintas implicaturas y connotaciones:
 - o *El vino debe tener tres cosas de mujer hermosa: buen color, buena nariz y buena boca* (RC, F22, UL) = *Wine by the savour, bread by the colour* (LCO).

Descubro un alto grado de correspondencia entre las lenguas inglesa y española en esta tendencia a la personificación de los atributos del vino, tanto en la formación de colocaciones metafóricas como de expresiones idiomáticas. No obstante, el español del vino parece usar un número significativamente mayor de colocaciones antropomórficas que el inglés, expresiones que tienden a parafrasearse en esta lengua.

Son escasos los ejemplos de versiones inglesas de estas UF que constituyan equivalencias totales. Esta estrategia se observa principalmente en las traducciones de las colocaciones metafóricas de la lengua del vino, para las que constituye la segunda técnica de traducción después de la paráfrasis.

La paráfrasis es también el procedimiento de traducción que suele usarse con las EI, seguida de la equivalencia parcial, aunque con un número significativamente menor de casos. No he descubierto diferencias importantes respecto a la frecuencia con que cada una de las lenguas implicadas emplea estas estrategias de traducción.

Curiosamente, la técnica de traducción más empleada con los refranes no es la paráfrasis, como cabría esperar de los resultados obtenidos con las otras dos UF, sino la equivalencia parcial, seguida de lejos por la equivalencia total. Ello puede deberse a que he seleccionado los refranes más afines en inglés y español, y no he considerado muchos otros refranes del vino que muestran considerables diferencias entre ellos en su significado denotativo y connotativo en cada una de estas lenguas. Analizar estas paremias habría excedido los límites físicos de este artículo.

Como puede observarse, los resultados que he obtenido sobre los procedimientos de traducción que tienden a usarse con la fraseología del vino confirman parcialmente la propuesta de CORPAS PASTOR para la traducción de la fraseología en general, que sitúa en lugar preferente a la equivalencia y el calco por este orden. La propuesta de la autora se confirma en el caso de la equivalencia parcial, pero no en el del calco que es sustituido en importancia en este trabajo por la paráfrasis que parece superar incluso a la equivalencia parcial.

Cedo el testigo a la investigación futura para que corrobore o rechace las intuiciones generales que aquí he presentado con relación a las estrategias y procedimientos más adecuados para la traducción de las metáforas del vino.

9. BIBLIOGRAFÍA:

- ARDUINI, E. (2002): "Metáfora y cultura en la traducción", en *onos. Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 4. Disponible en <http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/metaforacultura.htm>
- CARBONELL BASSET, D. (2005): *The New Dictionary of Current Sayings and Proverbs, Spanish and English*, Barcelona: Ediciones del Serbal.
- CASARES, J. (1969): *Introducción a la lexicografía moderna*, Madrid:CSIC.
- CORPAS PASTOR, G. (1997): "Grados de equivalencia transléctica de las locuciones en inglés y español", *Actas del XVIII Congreso de AEDEAN* (Alcalá de Henares, 15-17 de Diciembre 1994), R. J. Sola, L. A. Lázaro y J. A. Gurpegui (eds.), Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad, pp. 335-341.
- _____ (2003): *Diez años de investigación en fraseología: análisis sintáctico-semánticos, contrastivos y traductológicos*, vol 20, Madrid: Iberoamericana.
- DE FELIPE BOTO, R. y M. FERNÁNDEZ ANTOLÍN (2004): "Diseño y elaboración de herramientas lingüísticas aplicadas a la traducción especializada: las normas de traducción", en *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, Universidad de Valladolid, pp. 215-252.
- DEMAECKER, C. (2004): "Les metaphores du vin et leurs traductions", en *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, Universidad de Valladolid, pp. 297-303.
- FERGUSON, R. (1983): *The Penguin Dictionary of Proverbs*, London: Penguin Books.
- FUERTES OLIVERA, P. A. y I. PIZARRO SÁNCHEZ (2002): "Translation & 'similarity-creating metaphors' in specialised languages: A corpus-based research on the translation of English metaphorical expressions into Spanish", *TARGET* 14 (1), pp. 43-73.
- IRIBARREN, J. M^a. (2002): *El porqué de los dichos*, Madrid:Punto de Lectura.
- LAKOFF, G. y M. JOHNSON, (1980): *Metaphors we live by*, Chicago: University of Chicago.
- _____ (1986): *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid: Cátedra. Trad. De Carmen González Marín de *Metaphors we live by* (1980).
- MARC MARTÍNEZ, I. (2004): "Un ejemplo de normalización terminológica: el análisis sensorial del vino", en *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, Universidad de Valladolid, pp. 307-326.
- MARTÍNEZ LANZÁN, G. (2004): "El lenguaje de la cata: análisis de alguno de sus términos", en *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, Universidad de Valladolid, pp. 359-369.

- MCCLOSKEY, D. N. (1998 [1985]): *The rhetoric of economics*, Madison: The University of Wisconsin Press.
- MOLINER, M^a. (1998): *Diccionario de uso del español*, 2^a. ed., Madrid: Gredos.
- SEVILLA MUÑOZ, J. Y M. SEVILLA MUÑOZ (2005): “La aplicación de las técnicas de la traducción paremiológica a las paremias populares relativas al vocablo pez en español, inglés y francés”, en *Revista de Literaturas Populares*, V, 2, pp. 349-368.
- SIMPSON, J. (1996): *The Concise Oxford Dictionary of Proverbs*, O.U.P.
- SUÁREZ TOSTE, E. (2004): “El lenguaje de cata en los foros de Internet: una comparativa EEUU-España”, en *El lenguaje de la vid y el vino y su traducción*, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, Universidad de Valladolid, pp. 321-326.
- MONTORO DEL ARCO, E. T. (2007): “El porqué de los dichos: la fraseología del vino”, *Per Abbat: Boletín filológico de actualización académica y didáctica*, 2, pp. 131-136.
- NEWMARK, P. (1988): *A Textbook of Translation*, Londres: Prentice Hall.
- SAMANIEGO FERNÁNDEZ, E. (1995): “La metáfora y los estudios de traducción”, en P. Fernández Nistal (coord.): *Perspectivas de la Traducción Inglés/ Español*, 3^o Curso Superior de Traducción, Valladolid: ICE, pp. 91-118.
- SNELL-HORNBY, M. (1988): *Translation studies: An integrated approach*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamin Publishing Company.
- TRISTÁ, A. M^a. (1983): “Fuentes de las unidades fraseológicas: sus modos de formación”, en Carneado y A. M^a. Tristá, *Estudios de fraseología*, Academia de ciencias de Cuba, Instituto de Literatura y Lingüística, pp. 67-90.
- ZULUAGA, A. (1980): *Introducción al estudio de las expresiones fijas*, Studia Romanica et Lingüística, 10, Francfort: Peter Lang.
- <http://usuarios.lycos.es/labrezosa/Vino.html>
- http://www.wikilearning.com/monografia/refranes_el_vino_con_el_amigo-comentarios_de_los_refranes_en_torno_al_vino/4565-2