

**O REALCE TOTALIZADOR EN ESPAÑOL E ALEMÁN.
UN ESTUDO RETÓRICO-CONTRASTIVO E DESCRIPTIVO
DE TRADUCIÓNS DE SITIOS WEB CORPORATIVOS DE ADEGAS¹**

María Teresa Sánchez Nieto
Universidade de Valladolid - Soria
maysn@lia.uva.es

[Recibido: 12/02/09; aceptado 22/07/09]

Resumo

O punto de partida deste artigo² é a suposición de que a necesidade de realzar o enunciado no seu conxunto ou parte do mesmo é ubicua na comunicación humana como parte do principio de expresividade da linguaxe cotiá, malia que o grao de intensidade do realce estará convencionalmente regulado segundo a situación comunicativa e, en consecuencia, terá un correlato formal nos *xéneros* correspondentes.

Neste traballo categorizamos e describimos os procedementos de énfase semántica ao servizo do realce dunha parte do enunciado que parecer ser especialmente típicos dos exemplos españois e alemáns do xénero *sitio web corporativo de adega* como elementos de creación de imaxe positiva, observando ademais o tratamento dos devanditos recursos na tradución español-alemán³.

Palabras clave: énfase semántica, retórica contrastiva, tradución, español, alemán, xénero comunicativo, sitio web corporativo de adega

Abstract

In this paper we proceed on the assumption that the necessity to highlight part of or the whole of a statement is essential to human communication, being it a part of the principle of expressivity in colloquial

1 Tradución galega de Marta Estévez Grossi.

2 Este traballo realizouse no marco do proxecto de investigación *Estudo das traducións en inglés, francés e alemán de textos de promoción comercial no sector vitivinícola castelán-leonés empregados na exportación: estado actual e criterios para a súa mellora*, financiado pola Xunta de Castela e León (Ref. VA 084A07).

3 Para o estudo da superlación adxectival no mesmo xénero, cf. Sánchez Nieto (2009, *en prensa*).

speech. We assume as well that the intensity with which the highlighting takes place is nevertheless conventional to the communicative situation and, as a consequence of this, will have a formal correlate in the corresponding *genres* resorted to in that situation.

We attempt to categorize and describe the procedures of semantic emphasis which constitute the means used to highlight a part of the statement and which seem to be specially typical of the Spanish and German examples of the genre *winery corporate web site*. These procedures aim at creating a positive image of the winery. We further analyze the treatment of these linguistic elements in translation of winery websites from Spanish into German.

Keywords: semantic emphasis, contrastive rhetorics, translation, Spanish, German, communicative genre, winery website

1. Introducción: antecedentes e obxectivos

Durante o estudo descritivo do xénero publicitario *sitio web* ou *sitio web corporativo de adega* en Sánchez Nieto (2006)⁴ constatamos a presenza dunha máxima retórico-estilística especial que parecía gobernar a presenza sorprendentemente alta de superlativos adxectivais nos exemplos españois do xénero. En Sánchez Nieto (2009, en prensa) propuxémonos observar máis polo miúdo esta máxima retórico-estilística e elaboramos un estudo retórico-contrastivo e descritivo de traducións sobre o comportamento da superlación adxectival en exemplos españois, alemáns orixinais e alemáns traducidos do xénero *sitio web corporativo de adega*.

Neste traballo desexamos ampliar a análise da retórica da superlación neste mesmo xénero publicitario en español e en alemán, prestando tamén atención ás características deste fenómeno nos textos traducidos (es>de). Estudaremos como se expresa a superlación da man doutros recursos léxicos ou léxico-sintácticos pertencentes a outras clases de palabras diferentes do adxectivo. Para este fin, empregaremos o concepto de *realce* (en Vígara Tauste, 2005), que entendemos que no **xénero *sitio web corporativo de adega*** se manifesta como un acto de fala especial asociado á función apelativa da linguaxe e, concretamente, á intención comunicativa de “convencer falando”⁵; e denominamos provisionalmente esta categoría retórica como *realce de totalidade*⁶.

4 Para unha descrición de *sitio web corporativo* como xénero textual cf. Jiménez (2008). Outros traballos relacionados coa descrición ou a tradución de xéneros vitivinícolas son Sánchez Barbero (2009, en prensa) sobre a tradución de sitios web de adegas, García Luque (2009, en prensa) sobre páxinas de Denominacións de Orixe, Barahona Mijancos (2009, en prensa) sobre o spot publicitario vitivinícola na prensa escrita.

5 *Überreden durch Loben*, cf. Nord (2003), unha estilística comparada da expresión das diferentes intencións comunicativas en español e alemán.

6 A definición de *realce* de Vígara Tauste, que reproducimos no seguinte apartado, é máis

Os obxectivos específicos do noso traballo foron os seguintes:

- Relacionar os fenómenos de realce estudados con investigacións previas sobre fenómenos similares (realce e superlación).
- Observar a realización lingüística da categoría *realce de totalidade* e a partir da mesma esbozar a nosa propia proposta teórica sobre a expresión do realce.
- Contrastar as similitudes e diferenzas na retórica do realce nos exemplos alemáns e españois do xénero *sitio web corporativo de adega*.
- Observar o tratamento do realce nos exemplos de traducións español-alemán de textos pertencentes a sitios web corporativos de adegas.
- Contrastar os resultados do estudo de realce adxectivo cos resultados deste estudo para o mesmo xénero e combinación lingüística.

2. Marco teórico e hipótese de traballo

Vigara Tauste (2005) postula, como punto de partida do seu esbozo estilístico do rexistro español coloquial, a existencia de tres grandes principios que dominan a comunicación en situacións coloquiais: o principio da expresividade, o principio da comodidade e o principio da adecuación espontánea da mensaxe á situación comunicativa (adecuación-contextualización). O principio da expresividade queda definido como «huella que queda en la comunicación lingüística de [la] subjetividad (emotividad o afectividad) personal del hablante» (Vigara Tauste, 2005, p. 51), isto é, como a expresión lingüística dos fenómenos psicolóxicos mencionados (*ibid*, p. 53).

Dentro do principio de expresividade, a autora identifica varios fenómenos: a ampliación da modalidade, a organización subxectiva da mensaxe e o realce lingüístico. O fenómeno do *realce*, segundo Vigara Tauste, implica a “singularización, «relievación», intensificación, ponderación o degradación) de aquilo que interesa particularmente al hablante” (Vigara Tauste, 2005, p. 60). Seguindo a esta autora, o falante pode realzar tanto a súa actitude global cara ao referido polo enunciado (mediante clixés, expresións figuradas e a autorreafirmación) como unha parte do enunciado. Este último caso é o que nos interesa, posto que na publicidade de empresa adoitan louvarse aspectos concretos da mesma, que atopan o seu correlato lingüístico nunha das partes da oración. O realce destas partes do enunciado ten lugar mediante unha

ampla. Adaptámola para dar conta do fenómeno concreto observado neste xénero.

“énfase semántica” (Vigara Tauste, *ibid*), que implica a matización gradual de intensidade significativa dalgunha das categorías gramaticais de soporte semántico: o verbo, o substantivo, o adxectivo e o adverbio⁷.

O noso interese polo concepto da *énfase semántica* reside en que este fenómeno non só implica os procedementos de realce estándar (a gradación positiva comparativa ou superlativa do adxectivo) senón moitos outros procedementos non pouco creativos. Como afirma Vigara Tauste (2005, p.147) aínda que a superlación constitúe un dos aspectos fundamentais do realce, non é o único⁸. Do mesmo xeito, Lamíquiz (1971, p. 16) indica que non só son susceptibles de gradación os adxectivos, senón que

los grados de intensidad pueden aplicarse a todo valor semántico de cualquier designación, entendiendo por designación ‘el término que pertenece a un conjunto no finito’ [B. Pottier: *Presentación de la lingüística*, Madrid, Alcalá, 1968, p. 65], manifestado por la forma de un lexema y dentro de la estructuración semántica de la lengua.

Aquí situamos o noso punto de partida: describiremos os procedementos de *énfase semántica* ao servizo do realce dunha parte do enunciado que non son estritamente superlación e que parecen ser especialmente típicos dos exemplos españois e alemáns do xénero *sitio web corporativo de adega* como elementos de creación de imaxe positiva, observando ademais o tratamento dos devanditos recursos na tradución español-alemán⁹.

As observacións de Vigara Tauste con respecto á lingua coloquial son, dende o noso punto de vista, aplicables a fenómenos non estritamente pertencentes a este rexistro. Neste sentido queremos facer dúas apreciacións:

a) É coñecida a transferencia de recursos entre rexistros: os procedementos da linguaxe coloquial impórtanse a rexistros máis formais e viceversa, as expresións propias dos rexistros formais (p. ex. da administrativa ou da literaria) impórtanse ao rexistro coloquial p. ex. con intención paródica.

b) A necesidade de realzar é ubicua na comunicación humana, aínda que o seu grao de intensidade estará convencionalmente regulado segundo a situación comunicativa e, en consecuencia,

7 O outro tipo de *énfase* dunha parte do enunciado ao que se refire Vigara Tauste (2005: 144-146) é a “*énfase funcional*”, mediante a que o falante enfatiza a referencia a un dos interlocutores implicados na comunicación.

8 Cf. a ampla descrición da expresión do “superlativo” (que entendemos como parte do realce) en González Calvo (1984-1988), da man de exemplos procedentes de textos literarios.

9 Para o estudo da superlación adxectival no mesmo xénero, cf. Sánchez Nieto (2009, *en prensa*).

terá un correlato formal ou, cando menos, formalizable nos *xéneros* correspondentes. Como afirmamos anteriormente, un dos obxectivos do noso traballo é describir ese correlato formal no xénero que nos ocupa, o *sitio web corporativo de adega*.

Tal como amosan González Calvo 1984-1988) e Vigarra Tauste (2005) nas súas detalladas exposicións, existe gran variedade de procedementos de énfase semántica para expresar o realce ou a idea do superlativo en español (procedementos de carácter morfolóxico, léxico, sintáctico, fonético, etc.). Os elementos enfatizadores que describiremos neste traballo son todos de carácter léxico e teñen que ver coa expresión da cuantificación referida tanto a situacións como a entidades.

A nosa hipótese de traballo é dobre:

a) Dado que, como demostramos en Sánchez Nieto (2006), o sitio web corporativo de adega é un xénero que amosa importantes similitudes na cultura española e na alemá, podemos supor que a máxima retórico-estilística do realce totalizador é similar nos exemplos españois e alemáns do xénero (comprobarémolo no corpus comparable).

b) Agora ben, na tradución ao alemán deste xénero textual, á vista dos resultados de estudos previos –Sánchez Nieto (2009, en prensa) e Montes Fernández (2007), sobre tradución de textos de publicidade de cosméticos– presuponemos que predominará a adecuación ao texto orixinal (comprobarémolo no corpus paralelo).

3. Metodoloxía

A continuación detallaremos os métodos de traballo empregados nas diferentes fases do mesmo.

1. Para comprobar as nosas hipóteses de traballo construímos dous corpus bilingües de exemplos de presentacións de adegas con exemplos españois e alemáns do xénero que conteñen exemplos de realce totalizador. O primeiro corpus é parte do corpus bilingüe comparable utilizado en Sánchez Nieto (2006), recompilado entre xuño e agosto de 2005. Está composto por textos procedentes de 74 sitios web corporativos de adegas castelá-leonesas e textos procedentes de 88 sitios web corporativos de adegas alemás¹⁰.

10 Indicamos expresamente “texto procedente de” posto que só traballamos con parte dos bloques textuais do sitio web, sen descargalo por completo. Seguindo a descrición de bloques e seccións do sitio web corporativo proposta por Jiménez (2008), os nosos textos proceden exclusivamente do bloque altamente estandarizado “Información sobre a empresa”, concretamente das seccións que Jiménez (2008: 280-282) denomina “experiencia”, “misión/filosofía” e “instalacións”. O texto descargado gardouse como texto plano, a razón dun arquivo de texto por sitio web (no que se incluía o texto pertencente a diferentes seccións do sitio).

No primeiro caso as adegas son representativas das cinco denominacións de orixe situadas na rexión castelá-leonesa, e no segundo caso as adegas son representativas de 13 denominacións de orixe situadas en territorio alemán. Por outra parte, traballamos cun pequeno corpus bilingüe paralelo constituído por 13 presentacións de adegas castelá-leonesas e as súas traducións ao alemán, que neste caso representan todas as adegas con sede en Castela e León que teñen o sitio web traducido ao alemán. Este corpus foi recompilado na súa maior parte entre xuño e agosto de 2005 e posteriormente ampliado en outubro de 2008. Tanto no corpus comparable como no paralelo, a orixe do texto esta identificada nos arquivos mediante unha codificación que indica denominación, adega e, no caso do corpus comparable, idioma. Velaquí os datos do corpus, a partir das súas respectivas listas de palabras:

	Subcorpus español	Subcorpus alemán
tokens (running words) in text	28.693	25.205
tokens used for word list	27.824	24.484
types (distinct words)	4.334	5.385
type/token ratio (TTR)	15,576	21,994

Táboa 1: datos do corpus comparable

	Subcorpus español	Subcorpus alemán
tokens (running words) in text	8.757	7.842
tokens used for word list	8.757	7.842
types (distinct words)	2.055	2.253
type/token ratio (TTR)	23,47	28,73
Sentences	332	358
mean (in words)	26,38	21,91

Táboa 2: datos do corpus paralelo

2. Para estudar o corpus, procedemos indutivamente. Buscamos e etiquetamos manualmente os exemplos de *realce totalizador* nos diferentes textos españois e alemáns tanto do corpus comparable como do corpus paralelo. Foi necesario proceder manualmente debido á natureza léxica dos elementos enfatizadores e á dependencia contextual da súa interpretación

en termos de realce¹¹. Os fragmentos textuais que consideramos exemplos de *realce totalizador* foron delimitados pola etiqueta dobre <totsup> (colocada ao principio do fragmento) e </totsup> ao final do fragmento¹². No subcorpus español do corpus comparable localizáronse 158 exemplos de *realce totalizador*, é dicir, un exemplo cada 176,1 palabras. No subcorpus alemán localizamos 164 exemplos, é dicir, un exemplo cada 149,2 palabras, o que supón unha frecuencia algo maior que no subcorpus español. No corpus paralelo localizamos 64 exemplos de bitextos que conteñen exemplos de *realce totalizador*, que corresponden, no subcorpus español, a un exemplo cada 136,8 palabras, e no caso do subcorpus alemán, a un exemplo cada 122,5 palabras¹³.

3. As etiquetas asignadas posibilitáronnos a recuperación automática dos exemplos de realce coa axuda do software WordSmith Tools¹⁴.

4. A continuación analizamos manualmente os exemplos de *realce totalizador* no corpus comparable e, continuando co noso proceder indutivo, clasificámoslos en catro subcategorías (as catro que describiremos no seguinte apartado).

5. Comparamos para cada subcategoría de *realce totalizador* os exemplos dos subcorpus español e alemán do corpus comparable con obxecto de deducir as condicións recorrendo a cada unha das subcategorías en español e en alemán.

6. Repetimos os pasos de etiquetaxe, recuperación automática, clasificación e análise dos exemplos de *realce totalizador* cos textos do corpus paralelo. Neste último caso observamos tamén a tradución ao alemán dos segmentos españois con elementos enfatizadores.

7. Finalmente, comparamos os resultados dos respectivos estudos do corpus paralelo e do corpus comparable, co obxectivo de detectar a existencia dalgunha norma que gobernase a tradución ao alemán de expresións enfatizadas españolas nos exemplos do xénero *sitio web corporativo de adega*.

11 P. ex.: o cuantificador *todo/a/os/as* funciona como elemento enfático en contextos como *vigilamos todas y cada una de nuestras cepas pero non en todos los años transformamos 15.000 kilos de uva*.

12 Somos conscientes dos perigos que entraña este xeito de proceder, fortemente dependente da intuición do analista, mais entendemos que, hoxe en día, este tipo de análises semánticas e pragmáticas non poden ser asumidos por sistemas automáticos.

13 Datos extraídos antes de estudar as formas de equivalencia (e polo tanto as de equivalencia 0), co único obxectivo de realizar un contraste xeral cos datos do corpus comparable.

14 Dado que os exemplos de realce totalizador están distribuídos por todo o texto, sen adscribirse a unha sección en particular, renunciamos a dividir o texto en sección e recuperamos os exemplos de realce utilizando a etiqueta <totsup> a modo de núcleo de concordancia.

4. Análise dos resultados

4.1. Formas de «realce totalizador» nos sitios web de adegas españolas e alemás (corpus comparable)

Tras a localización, etiquetaxe e análise dos exemplos no corpus comparable puidemos postular catro subcategorías dentro da categoría *realce totalizador*:

- *cuantificación totalizadora* (recurso relacionado cos determinantes cuantificadores),
- *enumeración totalizadora* (recurso relacionado coas conxuncións copulativas)
- *extensión situacional* (recurso relacionado coas características témporo-aspectuais do predicado)
- *singularización* (recurso relacionado cos adverbios).

O reparto dos exemplos dentro das subcategorías mencionadas no subcorpus **español** do corpus comparable é o seguinte:

Cuantificación totalizadora = 72 exemplos (45,5%)
Enumeración totalizadora = 20 exemplos (12,6%)
Extensión situacional = 42 exemplos de características temporais da situación (26,5%) + 8 exemplos doutras características cualitativas da situación (5,06%)
Singularización = 16 exemplos (10,1%)
TOTAL = 158 EJEMPLOS

Táboa 3: número de exemplos por subcategorías do realce totalizador no subcorpus español do corpus comparable.

E na parte alemá, o reparto de exemplos dentro das subcategorías é o seguinte:

Cuantificación totalizadora = 58 exemplos (35,3% do total de exemplos)
Extensión situacional = 47 exemplos de características temporais da situación (28,6% do total de exemplos.) + 1 exemplo doutras calidades da situación
Singularización = 39 exemplos (23,7% do total de exemplos) + (0,6% do total de exemplos)
Enumeración = 19 exemplos en total (11,5% do total de exemplos)
TOTAL = 164 EJEMPLOS

Táboa 4: número de exemplos por subcategorías do realce totalizador no subcorpus alemán do corpus comparable.

4.2. A subcategoría “cuantificación totalizadora” ao servizo do realce nos sitios web de adegas españolas e alemás

Na subcategoría *cuantificación totalizadora* incluimos aqueles elementos enfatizadores cos que o falante pode referirse a unha entidade complexa formada por elementos da mesma clase sinalando o conxunto deses elementos.

- (1) El tratamiento dado a *todas y cada una* de nuestras cepas *desde la poda hasta la vendimia*, es lo más exhaustivo y meticulado posible. (es-114).
- (2) Bei *allen* für die Qualität unserer Weine ausschlaggebenden Arbeiten, *vom* Rebschnitt *über* Laubarbeit *bis hin zur* Handlese sind wir persönlich dabei. (de-50)

Nos exemplos anteriores obsérvase claramente o carácter enfatizador dos recursos sinalados: podería prescindirse da información referencial que conteñen sen que variase de xeito substancial o contido proposicional da oración e, en calquera caso, sen menoscabo do contido da mensaxe no enunciado:

- (1) *Alle* Trauben für unserer Erzeugnisse wachsen in den sonnigen Steillagen des Bopparder Hamm [...]. (de-33)
- (2) *Die* Trauben für unserer Erzeugnisse wachsen in den sonnigen Steillagen des Bopparder Hamm [...].(de-33')
- (3) [...] de esta manera conseguimos un toque característico para *todos* nuestros caldos, que ante el consumidor final serán reconocidos por su calidad y excelencia. (es-117)
- (4) [...] de esta manera conseguimos un toque característico para *nuestros* caldos, [...] (es-117')

Capanaga (2005, p. 170) recolle na súa análise do realce na publicidade alimentaria “el recurso a numerales e indefinidos”, nomeando exemplos similares aos nosos, tales como

Cerveza cien por cien – Amistad 100% (*Águila Amstel*)
Un placer en todos los sentidos (*Salsas de nata RAM*).

Tamén Ferraz Martínez (1996, p. 43) indica ao explicar os recursos ao servizo da ponderación dos produtos (*ibid*, p. 40-44) que “*todo* tiene un gran rendimiento en un mundo de aserciones absolutas como es el publicitario”.

Dende o noso punto de vista, o emisor recorre á “cuantificación totalizadora” cunha función apelativa empregada indirectamente coa intención

comunicativa de “convencer”, e máis concretamente de “convencer falando”¹⁵. A intención comunicativa apelativa así configurada estaría á súa vez ao servizo dunha intención perlocutiva que persegue crear unha imaxe positiva da empresa vitivinícola na conciencia do receptor. Seguindo a nosa argumentación, a imaxe positiva apoiárase nunha escala de valores construída ao redor dos conceptos de exhaustividade, atención ao detalle e calidade dos procesos. Pensamos que estes produtos lingüísticos non son máis que o reflexo da cultura da estandarización e dos procesos de auditoría e de control da calidade, rigorosas normas en toda actividade industrial que queira ser competitiva no mercado¹⁶.

Mediante as dúas táboas que figuran a continuación pode compararse a incidencia da subcategoría *cuantificación totalizadora* nos exemplos españois e alemáns do sitio web corporativo de adega.

Tipo	Nº de exemplos	Subtipos
Determinante sintetizador	56	Todos/as estos/as , todo/a/os/as, la totalidad de, en su totalidad, todos/as ellos/as (complemento adjetival), todos/as nuestros/as, entero/a, 100%
Determinante analizador	11	Cada uno/a de, los/as distintos/as, los/as diferentes, cualquier otro/a
Ambas as dúas formas	4	Todos/as y cada uno/a
Análise con repetición + «a»		Parcela a parcela
TOTAL	72 EJEMPLOS	

Táboa 5: subcategoría “cuantificación totalizadora” nos textos españois

Tipo	Nº de exemplos	Subtipos
Determinante sintetizador	29	All-, ganz-, gesamt-

15 Cf. a tipoloxía de funcións e intencións comunicativas de Nord (2003) e, para o caso que nos ocupa, especialmente 363 e ss.

16 Fenómenos, por outra parte, tampouco alleos á denominada “industria da tradución”, que se reflicten de xeito evidente nos intentos de normalización (norma EN-15038 e as súas antecesoras: UNI 10547 (1996), ATA Taalmerk, DIN 2345 (1998), ÖNORM 1200 e 1201 (2000). Cf. a este respecto a posición crítica de Alves (2006, p. 12). E para un comentario dos documentos mencionados (a excepción de ATA Taalmerk), cf. Corpas (2006).

Determinante analizador	18	Die verschiedensten / unterschiedlichsten , individuell-, jeweilig, einzeln- 55,1%
Egal ob	3	
Fraseoloxía de significado sintetizador	Tür und Tore öffnen 115	
TOTAL	58 EXEMPLOS	

Táboa 6: subcategoría “cuantificación totalizadora” nos textos alemáns

Detectamos diferentes tipos de realización dentro da categoría da *cuantificación totalizadora*. Os cuantificadores analizadores por un lado (determinantes e adxectivos) e os cuantificadores sintetizadores polo outro son as dúas realizacións principais.

Os cuantificadores e secuencias cuantificadoras de carácter sintetizador refírense a unha entidade no seu conxunto englobando os seus diferentes elementos. No subcorpus español están representados os indefinidos *todo/a/os/as*, (nas combinacións *todos/as estos/as*, *todos/as ellos/as*, *todos/as nuestros/as*), así como as expresións co seu derivado *totalidad*: *la totalidad de*, *en su totalidad*, ou os adxectivos *entero/a* y o numeral *100%* con función adxectival¹⁷. No subcorpus alemán o recurso máis frecuente dentro dos determinantes analizadores é o indefinido *all*, seguido polos adxectivos *ganz-* e *gesamt-* en posición atributiva. Algúns exemplos:

(5) Igualmente a lo largo de *todas* las naves tenemos una rejilla central de saneamiento y un tratamiento sobre la solera de hormigón para evitar *todo tipo de* suciedades. (es-107 y es-108).

(6) [...] die Artenvielfalt in den Weinbergen zu erhalten. *Alle* Maßnahmen des Pflanzenschutzes, der Düngung der Bodenbearbeitung sind hierauf ausgerichtet. (de-73)

Os cuantificadores ou secuencias cuantificadoras de carácter analizador refírense a unha entidade no seu conxunto só secundariamente; pola contra, resaltan os diferentes elementos que compoñen a devandita categoría. No subcorpus español o cuantificador máis frecuente é *cada*, aínda que tamén hai exemplos das secuencias *cada uno de* e *cualquier otro/a*, así como das secuencias de artigo + adxectivo *los/las distintos/as* e *los/las diferentes*

17 Cf. o exemplo es-139: “Los miembros de la bodega suministran *el 100% de toda la uva*, que esta vendimiada toda a mano”, cuxa corrección estilística se resente pola evidente redundancia, pero que pon claramente de manifesto esa vontade de creación de imaxe positiva a través do tópico da exhaustividade e exactitude nos procesos, comentada anteriormente.

(en plural). Algúns exemplos:

- (7) Para lograr las condiciones óptimas de elaboración y crianza de nuestros vinos reducimos las cargas de *cada* cepa con podas en verde y aclareos de racimos [...]. (es-25)
- (8) [...] seleccionamos la uva de *los diferentes* pagos, hacemos elaboraciones separadas de las *distintas* variedades y adaptamos el proceso de elaboración a las necesidades de *cada* vino. (es-16)
- (9) In unserm vielseitigem Angebot finden Sie *jeden* Weintyp: vom unkompliziertem Schoppenwein *über* den leichten Kabinett, die trockenen Spezialitäten *bis hin zu* den edelsüßen Raritäten. (de-81).
- (10) Für das Weingut Frölich-Hake ist es selbstverständlich, dass wir uns auf *den verschiedensten* Veranstaltungen rund um den Saale-Unstrut-Wein präsentieren. (de-55)

Xunto cos cuantificadores ou secuencias cuantificadoras sintetizadoras e analizadoras, os dous tipos principais de realizacións da categoría “cuantificación totalizadora”, coexisten outras realizacións, aínda que constitúen exemplos practicamente illados. O adverbio *egal* (xa sexa modificando un determinante interrogativo ou como indicador de elipse oracional en *egal ob*), a secuencia cuantificadora *todos y cada uno* (rechamante por reunir o elemento sintetizador e mais o analizador), a análise con repetición + «a», así como unha unidade fraseolóxica de significado sintetizador (ex. de-115):

- (11) *Egal in welcher* Geschmacksrichtung, *egal ob* rot oder weiß, ein guter Wein muß Spaß machen und darf niemals langweilig werden. (de-8)
- (12) Dicha Certificación [norma de calidad ISO 9001:2000] avala el interés que en Agrícola Castellana tenemos de lograr una excelente calidad en *todas y cada una de las fases* de elaboración de nuestros productos. (es-101)
- (13) [...] antes de la cosecha completamos un estudio de maduración para planificar la vendimia *parcela a parcela*. (es-85)
- (14) Im heutigen Betriebssitz in der Lauchaer Straße in Freyburg finden Sie einen modernen Familienbetrieb, der *Tür und Tore für seine Gäste öffnet* und die Weinbereitung nach modernsten Kriterien umsetzt. (de-115)

Unha vez presentadas as realizacións da categoría *cuantificación totalizadora* en ambos os dous subcorpus apuntamos algúns datos contrastivos.

No tocante á maior ou menor presenza en cada un dos subcorpus, chama a atención, de entrada, a semellanza das cifras. A pesar de que o fenómeno é só lixeiramente máis frecuente no subcorpus comparable español (28.693 *tokens* fronte aos 25.205 *tokens* do subcorpus alemán; hai un exemplo por cada 398,5 palabras aprox. no subcorpus español, e un exemplo por cada 434,5 palabras aprox. no subcorpus alemán).

Mentres que os sitios web de adegas españolas prefiren claramente o determinante sintetizador aos determinantes analizadores como forma de realización da categoría *cuantificación totalizadora* (respectivamente 78,8% fronte ao 14,16% do total dos exemplos desta categoría), os sitios web de adegas alemás fan un uso máis ou menos equilibrado de ambos os dous recursos (55,1% de exemplos con elementos sintetizadores fronte ao 43,1% de exemplos con elementos analizadores).

Por outra banda, nos exemplos do subcorpus alemán localizouse unha maior variación léxica que nos exemplos comparables do subcorpus español, manifestada sobre todo nos elementos analizadores. Mentres que no subcorpus español só se empregan os adxectivos *distintos/as* e *diferentes* (3 exemplos en total) en alemán empréganse os adxectivos (*verschiedenst-, unterschiedlichst-, individuell-, jeweilig- e einzeln-* (7 exemplos en total).

A consulta dos corpus de referencia¹⁸ españois e alemáns confirma as tendencias observadas no noso corpus comparable: nos corpus de referencia dánse frecuencias relativas semellantes entre secuencias *cuantificador + substantivo*, onde

Cuantificadores: *all-/jed-*; *todo el-todos los / cada*

Substantivos: *Wein* y *Traube* (que aparecen máis frecuentemente con *all- e jed-*); *vino* e *proceso* (que en español aparecen con máis frecuencia con *tod- el/los*¹⁹).

Seleccionamos aqueles exemplos que aparecían en contextos primaria ou secundariamente promocionais (textos cun efecto perlocutivo secundario de creación de imaxe positiva).

18 Corpus de referencia utilizados:

INSTITUT FÜR DEUTSCHE SPRACHE: Cosmas II web [en liña]. *Öffentliche Korpora des Archivs der geschriebenen Sprache*. <<https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/>> [consultado o 26 de xaneiro de 2009] **1.106.325.010 palabras / 4.626.379 textos**.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CREA) [en liña]. *Corpus de referencia del español actual*. <<http://www.rae.es>> [consultado o 26 de xaneiro de 2009]: **85.563.661** palabras (da parte española).

19 *Cepa, vino, vid e pago* son substantivos que aparecen máis dunha vez nas liñas de concordancias de *cada*, aínda que no caso deste determinante non se puideron identificar colocacións automaticamente.

alle Weine / allen Weinen= 52 referencias
jeder Wein/ jeden Wein/ jedem Wein= 58 referencias
alle Trauben / allen Trauben = 9 casos
Todos los vinos = 16 casos
Cada vino = 5 casos
todo el proceso / todos los procesos = 4 casos (en plural: ningún resultado)
cada proceso = ningún resultado

Polo tanto, no corpus de referencia alemán tamén se observa un equilibrio entre o uso dos cuantificadores *jed-* e *all-* nestes contextos, mentres que o Corpus de referencia do español actual confirma a preferencia de *tod-el/los* sobre *cada*.

Analizando máis de preto as afinidades semánticas observadas no corpus comparable, deducimos que o elemento *Wein/vino* resulta preferentemente seleccionado en ambas as dúas áreas culturais para construír a imaxe positiva da empresa recorrendo á *cuantificación totalizadora* (algo non excesivamente sorprendente dado o produto que se pretende promocionar); no entanto, os outros dous elementos numericamente máis frecuentes difiren: mentres que a área alemá prefire *Traube* [uva], a área castelá-leonesa prefire *proceso*. Este dato é coherente cos resultados da análise dos superlativos adxectivais neste mesmo corpus (cf. Sánchez Nieto, 2009, en prensa): o viticultor alemán promociona a súa adega recorrendo frecuentemente a tópicos como o respecto á natureza e á excelencia da terra (os viñedos), mentres que o viticultor español adoita recorrer a tópicos como a excelencia da técnica (procesos e instalacións).

4.3. A «enumeración totalizadora» ao servizo do realce nos sitios web de adegas españolas e alemás

A subcategoría que denominamos *enumeración totalizadora* é un recurso descritivo que serve para facer referencia (indirecta) a toda unha clase de elementos ou situacións no seu conxunto mediante o realce de dous (ou tres) elementos desa clase. A *enumeración totalizadora* ten pois en común coa *cuantificación totalizadora* a referencia a un conxunto enteiro de entidades, a pesar de que na *enumeración totalizadora* o criterio decisivo no é o da cantidade senón o da calidade: o emisor destaca os dous (ou tres) elementos dunha clase que considera máis representativos e con estes constrúese un paradigma *ad hoc*, que se presenta como completamente cuberto.

(15) Nuestros vinos se encuentran alojados *tanto* en barricas bordelesas de roble americano *como* francés. (es-161)

(16) El compromiso por la calidad nos obliga a realizar cuidados exhaustivos *tanto* en el control de temperatura y humedad *como* en

la renovación de la madera. (es-38)

(17) Todo este esfuerzo se vio recompensado a partir de 1993, *no sólo* en el ámbito comercial, *sino que* con la opinión favorable de personas cualificadas nos han ido concediendo numerosos premios (nacionales e internacionales), [...] (es-44)

No caso do exemplo es-161 non hai que esquecer que no mercado existen barricas doutros tipos de carballo, p. ex. o carballo húngaro. E no caso do exemplo es-38 é posible imaxinar outros factores de produción sobre os que se podan realizar “controis exhaustivos”. Finalmente, para o exemplo es-44 poden imaxinarse outros ámbitos nos que a empresa podería ter alcanzado éxitos, como o produtivo ou ambiental.

Este tipo de artefactos retóricos convéñenlle ao emisor, que persegue o efecto perlocutivo de construción dunha imaxe positiva da empresa. Destacando dous ou tres exemplos do aspecto empresarial publicitado conséguese crear a ilusión de que na empresa se atende a *todas* as situacións ou factores relacionados co devandito aspecto.

A énfase semántica para este tipo de realce realízase coa axuda das conxuncións complexas *no solo...sino (también) / tanto...como* e os seus equivalentes alemáns *nicht nur...sondern auch / sowohl...als auch*, así como a secuencia preposicional *desde...(pasando por)...hasta* e o seu equivalente alemán *von...(über)...bis*.

Con respecto a *nicht nur...sondern auch* (non só...senón tamén) Drosdowski et al. (1995:393) afirman que «sind nachdrücklicher als das einfache *und*» [son máis enfáticas que a (conxunción) simple *und*]. Entendemos que esta conxunción atrae alternativamente a atención cara a dúas entidades ou procesos, o segundo dos cales marca o alcance dunha especie de segundo nivel nunha escala de valor implícita.

Tanto nos exemplos españois como nos alemáns de sitios web de adegas, a secuencia preposicional *desde...(pasando por)...hasta* e o seu equivalente alemán *von...(über)...bis* adoitan asociarse a procesos e aparecen en simbiose con elementos da categoría *realce totalizador*: as secuencias enumerativas descompoñen a referencia totalizadora de *all-* e *tod-* *el/la/los/las* e outros cuantificadores analizadores:

(18) [...] con equipos que disponen de las últimas innovaciones tecnológicas que permiten *desde* una evaluación previa de la madurez de la uva para confirmar el momento óptimo de la vendimia, *hasta* un control exhaustivo de cada parte del proceso de elaboración y *cualquier otro* detalle que pueda favorecer la idea de vinos de calidad (es-134)

(19) [...] para asegurar que *todas* las fases, *desde* el cuidado de la viña *hasta* la recepción de la uva en nuestra bodega se realicen en

condiciones óptimas para obtener la mayor calidad. (es-148)

(20) Bei *allen* für die Qualität unserer Weine ausschlaggebenden Arbeiten,

(21) *vom* Rebschnitt über Laubarbeit *bis hin zur* Handlese sind wir persönlich dabei. (de-50)

(22) In unserm vielseitigem Angebot finden Sie *jeden* Weintyp: *vom* unkompliziertem Schoppenwein *über* den leichten Kabinett, die trockenen Spezialitäten *bis hin zu* den edelsüßen Raritäten. (de-81)

Dende o punto de vista comparativo, as cifras de exemplos de enumeración totalizadora son semellantes, malia ser o fenómeno máis frecuente nas presentacións de adegas alemás que nas presentacións españolas: no subcorpus de textos orixinais españois localizamos 18 exemplos, que corresponden a un exemplo cada 1.594 palabras; no entanto, os 19 exemplos do subcorpus de textos orixinais alemáns corresponden a un exemplo cada 1.326,5 palabras. Por outra parte, dentro dos diferentes tipos de enumeración, identificamos unha maior preferencia polo padrón tanto...como (enumeración comprensiva) dentro do subcorpus español, mentres que no subcorpus alemán aparecía aproximadamente o mesmo número de exemplos de ambos os dous tipos de enumeracións²⁰.

Español		Alemán	
Tipo	nº exs.	Tipo	nº exs.
Comprensiva (tanto... como...; así como...)	14	Comprensiva (sowohl...als auch...; sowie...)	9
Climática (no sólo... sino...; desde..hasta)	4	Climática (nicht nur... sondern auch...; von...bis)	10
Total	18		19

Táboa 7 : categoría “enumeración”. Preferencias no corpus comparable bilingüe.

4.4. A extensión situacional ao servizo do realce nos sitios web de adegas españolas e alemás

O emisor pode conceptualizar de diferentes xeitos a situación á que remite o enunciado, isto é, pode presentarnos a situación referida caracterizada con diferentes trazos aspectuais (o tipo de situación e o foco situacional, cf. Sánchez Nieto 2005, pp. 19-24). O potencial descritivo deste recurso é moi

20 *Von... (über)...bis* aparece 7 veces no corpus alemán, mentres que a secuencia *desde... (pasando por)...hasta* aparece 3 veces no corpus español.

grande: o emisor pode aumentar a granularidade da situación ou ben afastar o foco situacional e presentarnos unha situación uniforme, na que apenas se perciben os seus compoñentes internos.

É lóxico pensar que en función do xénero textual sobre o que se artelle a comunicación, haberá certas conceptualizacións que sexan máis típicas que outras, pola mesma razón que certas secuencias (narrativas, descritivas, argumentativas, instrutivas ou expositivas) tamén son típicas de cada xénero.

Ao analizar o noso corpus de exemplos de *sitios web de adegas* observamos que en ambos os dous corpus se recorre, en proporcións similares, á categoría da extensión situacional como elemento de realce; por outra banda, a análise dos textos revela que tanto o adegueiro español como o alemán, á hora de presentarlle ao gran público as súas empresas, manifestan preferencia sobre todo polas situacións estáticas e as situacións iterativas (malia non ter estas a mesma proporción, como explicamos nos seguintes apartados).

Na Táboa 8 presentamos a distribución por tipo de situación dos exemplos do corpus nos que o realce totalizador se manifesta a través deste recurso.

	Español	Alemán
Iterativa	10 (1 ex. cada 2.869,3 palabras)	17 (1 ex. cada 1.482,6 palabras)
Télica	8	1
Estática	21 (1 ex. cada 1.366,3 palabras)	18 (1 ex. cada 1.400,2 palabras)
Atélica	1	3
Dirixida	2	7
TOTAL	42 (1 exemplo cada 683,1 palabras)	47 (1 exemplo cada 536,2 palabras)

Táboa 8: tipos de situacións máis frecuentes no corpus bilingüe comparable

4.4.1. Situacións conceptualizadas como iterativas

Todos os recursos serven para crear a ilusión de continuidade. A idealización da situación conséguese presentándoa como ininterrompida, efecto que se logra mediante o emprego do adverbio *siempre*, a locución adverbial *día a día* e o adxectivo *constante* aplicado a substantivos que fan referencia a unha situación télica e axentiva; esta situación queda transformada en iterativa ao multiplicarse as súas aparicións. Nos textos españois, cun total de 8 exemplos, estes recursos teñen máis protagonismo que as perífrases verbais típicas para a expresión da iteración (*ir + xerundio* ou *seguir + xerundio* nos exemplos es-157 e es-21). En alemán a interpretación da situación

como iterativa conséguese mediante o emprego de adverbios ou locucións adverbiais como *immer*, *stets immer wieder*, ou de adverbios ou locucións con referencia léxica ao calendario *alljährlich*, *Jahr für Jahr*, así como mediante o adxectivo *ständig*- (contrapartida alemá do español *constante*) que modifica substantivos que remiten a unha situación télica e axentiva.

(23) Reposición *anual y constante* de barricas (retirada anual de barricas). (es-35)

(24) Los vinos de ‘Pesquera’ se elaboran *siempre* a partir de frutos enteros, despalillados. (es-61)

(25) *Seguimos elaborando* el mismo gran vino de antes, pero adaptado al mercado. (es-157)

(26) Por eso desde el año 2000 *hemos ido seleccionando* de entre *las mejores tonelerías* aquellos robles que *mejor* expresan el carácter de nuestros vinos. (es-21)

(27) Wir freuen uns *immer wieder*, wenn Weininteressierte unser Weingut besuchen möchten, [...]. (de-95)

(28) Die *ständige* Kontrolle des Reifeprozesses sorgt für eine optimale Entwicklung der Weine. (de-19)

(29) Dieser natürliche Ausbau und *die äußerst geringe Menge an Schwefel* garantieren, daß die Qualität der Weine erhalten bleibt und die Weine *stets* gut bekömmlich sind. (de-34)

No tocante á frecuencia deste tipo de énfase semántica, no noso corpus comparable identificamos 10 exemplos en español e 17 en alemán, o que supón unha diferenza notable na incidencia do fenómeno: un exemplo cada 2.869 palabras aproximadamente no corpus español fronte a un exemplo cada 1.482 palabras aproximadamente no corpus alemán, cf. Táboa 8. Por outro lado, chama a atención nos exemplos alemáns o abundante número deles (6 de 17) nos que se emprega a referencia ao ciclo vexetativo e ao seu carácter recursivo como escusa para construír un escenario no que o adegueiro vive en harmonía coa natureza e así presentarnos un estado de cousas idealizado. Nos exemplos de-83 e de-123 (cf. *infra*) podemos observar que entran en xogo os sentimentos da figura do emisor (o adegueiro) que, como se dunha conversa confiada entre amigos se tratase, nos dá acceso ao seu mundo interior (*etwas ist ein Wunder, etwas bereitet Freunde*).

(30) Das Arbeiten in Weinberg und Keller bereitet uns viel Freude. *Jedes Jahr* eine neue Aufgabe, *jedes Jahr* einen neuen Wein. (de-83)

(31) Es ist *immer wieder* ein Wunder, was uns die Natur *jedes Jahr aufs Neue* an Vielfalt und Eigenart beschert. (de-123)

(32) Unsere qualifizierten Mitarbeiter schaffen es *jedes Jahr*

aufs Neue einem Jahrgang die besten Seiten zu entlocken. (de-17)
(33) Die mehr als 7,5 Hektar eigenen Reblandes werden **besonders sorgfältig** gepflegt, um daraus *Jahr für Jahr einmalige Spitzenweine* aufzuziehen (de-146).

O tópicoo da sintonía coa natureza é un recurso publicitario frecuente (Adam e Bonhomme, 1998). No entanto, chama a atención neste capítulo a total ausencia de exemplos semellantes no corpus español (isto é, conceptualizacións de situacións iterativas referentes ao ciclo vexetativo da vide ou ao viño como “regalo” anual da natureza grazas ao ciclo vexetativo da vide e ás emocións que esta realidade suscita no adegueiro)²¹.

O resto dos exemplos alemáns de situacións iterativas (11) comparte cos exemplos españois (10) o contido referencial das situacións enfatizadas: control do proceso de cultivo e de vinificación, reposición da madeira, a calidade e as distincións do viño.

(34) Weinschönungen werden nicht durchgeführt, da durch *regelmäßiges* Probieren und Analysieren eine *ständige* Qualitätskontrolle durchgeführt wird. (de-153)

(35) Previamente a esta tarefa, *día a día* comprobamos de la manera más cuidadosa **todos los parámetros** y factores que influyen en la calidad final del vino. (es-116)

(36) Con esta amplia variedad de barricas y la renovación *constante* de la madera, se consigue mucha complejidad en los vinos. (es-80)

(37) *Alljährlich* erhält er zahlreiche Auszeichnungen auf Bundes- und Landesebene. (de-144)

(38) [...] la variedad autóctona TINTA TORO, cuyos caldos gozan de una gran tradición, *siempre* elogiados y mencionados en el verso y prosa de la literatura clásica, **en todas las enciclopedias y documentos que forman parte de la Historia de España**. (es-143)

4.4.2. Situacións conceptualizadas como estáticas

Nesta categoría incluímos todas aquelas afirmacións que responden ao esquema «algo sempre/nunca é dalgún xeito». É, en ambos os dous idiomas, o segundo tipo de *extensión situacional* máis frecuente ao servizo do

21 Cf. supra para a relación deste resultado cos obtidos na análise dos superlativos adxectivos no mesmo xénero en Sánchez Nieto (2009, en prensa) así como Sánchez Nieto (2006, pp. 139-40). Neste último traballo puxemos de manifesto que só o 15,1% dos sitios web de adegas españolas recorre ao tópicoo ECOLOXÍA, fronte ao 40,2 % dos sitios web de adegas alemás.

realce. Cando o emisor conceptualiza unha situación como estática, presenta un estado de cousas homoxéneo, sen irregularidades, creando a ilusión de atemporalidade. Este efecto resulta moi conveniente nun contexto publicitario do sitio web corporativo de adegas, onde o valor da *tradición* é un dos tópicos máis recorrentes a través dos textos (cf. Sánchez Nieto, 2006, pp. 139-40). A fraseoloxía máis frecuente é *sempre/nunca/algo nunca pasa - etw. nie tun (dürfen), etw. passiert nie, etw. nie tun können, etw. ist immer (irgendwie); sin ningún tipo de, sin...alguno/a - kein-; desde siempre + v. de estado - war und ist stets; toda la vida - schon immer; constante + ser - ständig; etw. ist immer noch (irgendwas/-wie)* así como un tipo especial de fraseoloxía que denominamos *dogmas*, recurso do que nos ocupamos ao final deste apartado.

(39) Neben den traditonellen Württemberger Rebsorten wie vor allem Riesling, Trollinger, Lemberger und Schwarzriesling, widmen wir uns auch *schon immer* um Rebsorten die in unserem Anbaugebiet eher selten anzutreffen sind (de-90).

(40) Hier ist *immer* die Rebsorte und das Anbaugebiet die Grundlage der Arbeit. (de-158)

(41) [la bodega...,] fundada en 1986, es el resultado de la combinación de esa Naturaleza y las técnicas bodegueras empleadas *toda la vida* por la familia Fernández. (es-40)

(42) *Desde siempre* en Valduero hemos vendimiado manualmente en cajas de 14 kg, seleccionando los racimos antes del despalillado. (es-86)

Atopamos situacións conceptualizadas como estáticas en contextos nos que o emisor acentúa os valores de seriedade e meticulosidade ou dispoñibilidade con respecto ao cliente:

(43) El cuidado y la atención al detalle es [sic] *constante* en todas y cada una de las fases. (es-88)

(44) All dies im Einklang mit unseren eigenen Qualitätsanforderungen, indem wir *ständig* bemüht sind, herausragende Weine zu schaffen. (de-88)

(45) Sie sind uns *immer* herzlich willkommen (de-156)

(46) Das Streben nach besten Wein-Qualitäten *war und ist stets unser* oberstes Gebot.

Finalmente, observamos que o emisor modela as situacións con aparencia estática cando se quere subliñar a aceptación ou rexeitamento total dunha práctica. Estes contextos son lixeiramente máis frecuentes nos textos españois que nos alemáns (catro exemplos españois fronte a só un alemán). Nos exemplos españois a dobre negación podería resultar prescindible sen

que varíe o contido proposicional da oración:

- (47) El respeto por la naturaleza de nuestros vinos hace que nuestros caldos no pasen por *ninguna* turbina de bombeo. (es-9)
- (48) La renovación media de las mismas no es *nunca* superior a los 4 años (es-79).
- (49) Tras la recolección de la uva en el viñedo en un plazo *nunca* superior a una hora el fruto llega a la bodega, (es-116)
- (50) [...] para que nuestras producciones no excedan *nunca* los 6.000 kg/ha. (es-166)
- (51) Trotz aller Hingabe an den Weinbau kommt aber auch die Bemühung um die Kunden *nie* zu kurz. (de-67)

Se analizamos comparativamente a frecuencia dos recursos ata aquí descritos, obsérvase bastante uniformidade entre ambos os dous subcorpus, tanto no número total de exemplos de conceptualizacións estáticas como na distribución en diferentes tipos de recursos. Existe, no entanto, un terceiro elemento enfatizador ao servizo do realce no que entendemos que subxace unha *extensión situacional*, é dicir, no que a situación á que remite o predicado está conceptualizada como estática. Este recurso é exclusivo do subcorpus alemán, onde localizamos 10 exemplos. Común a todos estes exemplos é a referencia á que denominamos *dogmas* ou *axiomas de empresa*. Mediante este recurso o emisor remite á existencia dun código ético-procedemental corporativo ou filosofía de empresa. Ao presentarse unha situación como pertencente ao código ético ou á guía de actuación dunha empresa, adquire un halo de «inmovilidade». A referencia á existencia dun código ético parece ser outro dos elementos sobre os que o emisor constrúe a imaxe positiva do obxecto publicitado, neste caso a empresa vitivinícola. Empréganse termos como *Maxime*, *Gebot*, *Dogma*, *Glaubensbekenntnis*, *Grundsatz* ou *Leitsatz*. Non localizamos exemplos similares no subcorpus español²².

- (52) Das Streben nach besten Wein-Qualitäten war und ist stets unser oberstes *Gebot* [O noso primeiro *mandamento* é a procura da excelencia na calidade dos viños]²³. (de 104)
- (53) Die Gaben der Natur fördern und erhalten - ein *Leitsatz* in unserer Betriebsphilosophie [Aproveitar e conservar os dons da natureza - un principio da nosa filosofía de empresa]. (de-134)

22 Nin mediante a revisión manual do corpus nin mediante a revisión automática (procura de concordancias para os substantivos *dogma*, *credo*, *mandamiento*, *principio*, *máxima*, *axioma*) se obtiveron resultados. Si está representado o substantivo *principio*, pero en contextos nos que ten significado temporal. De igual modo, a palabra *máxima* está presente no corpus, aínda que desempeñando a función de adxectivo.

23 Esta tradución e as que seguen son nosas, e achéganse co único propósito de facilitar a comprensión do texto alemán.

(54) Ein *Dogma* unseres Hauses ist es, keine Süßreserve zuzufügen [Un dogma da nosa casa é no engadir azucre]. (de-35)

Os exemplos nos que se presenta unha situación como axioma de empresa están construídos ao redor dun substantivo. A falta de marcas temporais no substantivo favorece a interpretación do conxunto como situación estática; a consecuencia é que o receptor percibe unha situación con carácter definitivo, de permanencia.

Creemos que recorrer á conceptualización de situacións como axiomas de empresa supón unha diferenza importante na retórica do realce entre os exemplos españois e alemáns do xénero *sitio web de adegas* (e probablemente da publicidade empresarial en xeral), cuxa ancoraxe intercultural sería interesante investigar en traballos máis específicos.

4.5. A subcategoría «singularización» nos sitios web de adegas españolas e alemás

A subcategoría que denominamos *singularización* é un elemento de énfase semántica ao servizo do realce mediante o que o emisor subliña unha parte concreta do enunciado, atraendo así a atención do receptor cara mesma. A natureza sintáctica da énfase é de carácter adverbial. Dende o punto de vista semántico a énfase é unha restrición ou singularización: dun universo posible de entidades só un conxunto delas é relevante para a situación á que fai referencia a oración.

(55) Para conseguirlo, nuestros tintos se elaboran *exclusivamente* con uva seleccionada y vendimiada a mano de la finca La Legua, [...]. (es-14)

(56) En ese momento llegan al acuerdo de crear una bodega en la que todos los pasos de la elaboración estuviesen dirigidos *única y exclusivamente* a crear un vino de gran calidad y que reflejase sinceramente la calidad de la uva. (es-73)²⁴

(57) Es werden *nur* reife und gesunde Trauben gelesen. (de-30)

(58) Wir haben eine umfangreiche Karte mit Produkten *ausschließlich* aus eigener Herstellung. (de-32)

O emprego destes marcadores de exclusividade busca de novo o efecto perlocutivo de crear unha imaxe positiva da empresa que se publicita. Tras estas afirmacións, escóndese unha vontade de singularización para, polo

24 Neste exemplo pode observarse ben que en ocasións conflúen na mesma aserción varios recursos ao servizo do realce, neste caso exemplos das categorías «cuantificación totalizadora» (*todos los pasos de la elaboración*) e «exclusividade» (*dirigidos «única y exclusivamente» a crear un vino de gran calidad*).

menos no plano comunicativo, situarse por enriba da competencia. O elemento singularizado grazas a adverbios do tipo *únicamente*, *exclusivamente*, *nur*, *ausschliesslich*, etc. pasa a ser o criterio que a empresa que se publicita —isto é, o emisor— decide medir coa competencia. Como veremos máis adiante, algúns exemplos de criterios que encontramos implícitos nos textos son:

- o emprego de certo tipo de uvas (*tempranillo*, *verdejo*),
- a aplicación de certos métodos vitícolas, etc.

Noutras palabras, o elemento singularizado dános a medida de aquilo que a empresa entende como os seus “puntos fortes” ou o que considera que conseguirá máis vendas.

A argumentación que subxace na interpretación de *exclusivamente*, *ausschließlich*, etc. como elementos enfatizadores ou de realce é a seguinte: “a condición para a excelencia é X [cf. exemplos *supra*]. Se nós cumprimos esa condición, somos mellores que o resto: somos os mellores”.

Nos textos españois unha análise manual (fenomenolóxica) das concordancias obtidas automaticamente para os adverbios ou locucións adverbiais utilizados con esta función (*únicamente*, *exclusivamente*, *íntegramente*, *totalmente*, *única y exclusivamente*, *absolutamente*, *prácticamente exclusivo de*, *solo/sólo*, *100%*) revela que os elementos máis frecuentemente singularizados mediante este recurso son:

- o tipo de uva usado (*tempranillo*, *verdejo*, etc.) e o uso de uvas seleccionadas
- os métodos vitícolas tradicionais: sobre todo a colleita da uva a man e o uso moderado de abonos ou de certo tipo de abonos.

A continuación, algúns exemplos:

[...] destacando en el panorama de cepas tintas la variedad MENCIA, una variedad que *únicamente* se cultiva en la zona del noroeste peninsular de España. (es-5)

La vendimia se realiza en el momento óptimo de maduración, siendo ésta recolectada *absolutamente* a mano, [...] (es-99)²⁵

A análise informática efectuada nos textos alemáns presenta colocacións automáticas dos adverbios *nur* e *ausschließlich*: os substantivos *Wein* (viño) e *Traube* (uva), así como o adxectivo *gesund-* (san/sá). Na análise

25 Seleccionamos este fragmento porque consideramos que amosa que a preocupación por enfatizar e destacar fai incorrer ao emisor en serios problemas estilísticos e/ou de coherencia. Este feito non é infrecuente nos exemplos do xénero textual que nos ocupa.

fenomenolóxica das liñas de concordancia obsérvase que os elementos máis frecuentemente singularizados nos textos alemáns son, por orde de frecuencia:

- o emprego de uvas sás e maduras (o tipo de uva queda nun segundo plano ou desaparece)
- a aplicación de métodos vitícolas tradicionais (sobre todo a restrición no uso de herbicidas e o emprego de abonos naturais)
- a inclinación do terreo. Este último fenómeno (a singularización do elemento *Steillage* é exclusivo dos textos alemáns e explícase polo feito de que as altas latitudes das zonas vitícolas alemás obrigan a plantar en terreos inclinados para aproveitar mellor a luz solar. Consecuentemente, o feito de posuír viñedos en terreos inclinados é unha garantía de calidade da uva, que madura mellor. A singularización do elemento *Steillage* é coherente coa singularización do elemento *reife Trauben*.

Algúns exemplos:

(59) Für unsere besten trockenen Qualitäten ernten unsere Lesehelfer *nur* reife und gesunde Trauben. (de-40)

(60) Die Verwendung von Insektiziden, Herbiziden und Fungizide wird weitgehend eingeschränkt. Die Düngung erfolgt *ausschließlich* mit organischen Düngemitteln wie Stroh, Kompost und Stallmist. (de-52)

(61) Wir bewirtschaften als reiner Familienbetrieb eine Rebfläche von 3,6 Hektar, die *ausschließlich* in den bekannten Steillagen des „Bopparder Hamm« liegen. (de-62)

Os exemplos de *singularización* ao servizo do realce son sorprendentemente máis frecuentes no subcorpus alemán, onde detectamos 39 expresións deste tipo (1 exemplo cada 646,2 palabras), que no subcorpus español, que unicamente recolle 16 (1 exemplo cada 1.793,3 palabras). Polo tanto, non se recorre á *singularización* de xeito uniforme en ambos os dous subcorpus, a diferenza do que ocorría coas subcategorías *cuantificación totalizadora* (cf. supra), *enumeración totalizadora* e *extensión situacional*.

Outro dato interesante a nivel comparativo é a diferenza na variación léxica dos recursos lingüísticos que actualizan esta subcategoría (cf. Táboa 9). Tanto en español como en alemán, a clase de palabra á que pertencen estes recursos é sempre o adverbio. No entanto, mentres que os exemplos alemáns utilizan dous adverbios —*nur* (19 exemplos) e *ausschliesslich* (20 exemplos)—, no subcorpus español atopamos exemplos con *únicamente*, *exclusivamente*, *íntegramente*, *totalmente*, *única y exclusivamente*, *absolutamente*, *prácticamente*

exclusivo de, único/a, sólo, 100% (dos cales só os tres primeiros se usan máis dunha vez). Esta tendencia pode asociarse coa preferencia do español pola substitución sinonímica na correferencia, sendo esta unha convención estilística xeral da cultura textual española (cf. Nord, 2006).

ESPAÑOL		ALEMÁN			
Realización léxica	Nº de exs.	Realización léxica	Nº de exs.		
exclusivamente	4	nur	20		
únicamente	3	ausschließlich	19		
íntegramente	2				
totalmente	1				
única y exclusivamente	1				
absolutamente	1				
prácticamente exclusivo de	1				
único/a	1				
solo	1				
100%	1				
Total español	16 (1 exemplo cada 1793,3 palabras)			Total alemán	39 (1 exemplo cada 646,2 palabras)

Táboa 9: incidencia da subcategoría *singularización* ao servizo do realce totalizador

4.6. Formas de “realce totalizador” nas traducións ao alemán de sitios web de adegas castelá-leonesas (corpus paralelo)²⁶

O noso corpus paralelo contén 64 exemplos de bitextos nos que se recorre ao realce totalizador; isto corresponde, no subcorpus español, a un exemplo cada 136,8 palabras, e no subcorpus alemán, a un exemplo cada 122,5 palabras. O reparto dos exemplos dentro das catro subcategorías no subcorpus **español** do corpus paralelo é o seguinte:

28 exemplos de cuantificación totalizadora = 43,7%
23 exemplos de extensión situacional (caract. temporais) = 35,9%

26 Cf. supra, no apartado de metodoloxía, o número de palabras dos subcorpus do corpus paralelo, a orixe e a data de recompilación dos textos.

6 exemplos de singularización = 9,3%
7 exemplos de enumeración totalizadora = 10,9%
TOTAL: 64

Táboa 10: número de exemplos por subcategorías do realce totalizador no subcorpus español do corpus paralelo.

No entanto, estes datos cuantitativos deben de ir complementados por unha análise cualitativa dos pares problema-solución (Toury 2004 [1995], p. 141 e ss.). Este tipo de análises permitiranos obter información sobre as estratexias de tradución empregadas e deducir así se a norma inicial está orientada cara á adecuación á cultura orixe ou cara á aceptabilidade na cultura meta²⁷.

Xa que logo, que estratexias predominan na tradución ao alemán de secuencias españolas nas que ten lugar algún tipo de *realce totalizador*? Para contestar a esta pregunta analizaremos, no corpus paralelo, o comportamento das diferentes categorías estudadas nas páxinas anteriores.

4.6.1. A subcategoría *cuantificación totalizadora* nas traducións ao alemán de sitios web de adegas castelá-leonesas

Dos 28 exemplos da categoría, 19 traducíronse co mesmo tipo de determinante, xa sexa analizador ou sintetizador (ex. es-de 43.1)²⁸, aínda que nos 9 casos restantes se produciron reelaboracións, xeneralizacións ou neutralizacións (exs. es-de 46 e es-de 35). Parece, polo tanto, que aínda que a primeira vista se impón o criterio da cultura orixe, en ocasións o tradutor considerou oportuno prescindir da énfase:

(62) El tratamiento dado a *todas y cada una de nuestras cepas desde* la poda *hasta* la vendimia, es lo más exhaustivo y meticoloso posible = Die Behandlung *jedes einzelnen Rebstocks, angefangen beim Schnitt und bis hin zur* Lese, findet so sorgfältig und gewissenhaft wie nur möglich statt.(es-de 43.1)

²⁷ Non foi posible recoller datos de tipo sociodemográfico como o grao de profesionalidade do tradutor (factor relevante neste tipo de contextos de tradución) nin sobre se traducía cara á súa lingua materna ou cara á estranxeira (este último caso é frecuente no sector vitivinícola e constitúe un factor que condiciona igualmente a calidade da tradución). Porén, unha análise superficial das traducións revela a existencia de erros de tradución. Non incluímos estas traducións no corpus posto que o noso interese é comprobar o que ocorre nos textos traducidos e o erro, aínda que non desexable dende o punto de vista normativo nin da xestión da calidade no proceso de tradución, é parte da realidade tradutora.

²⁸ Dentro deste tipo de exemplos rexistramos un caso de erro de tradución (mensaxe orixinal distorsionada) e dous de aceptabilidade (defecto gramatical ou impropiedade semántica na lingua meta).

(63) Sus instalaciones de elaboración están dotadas de la más moderna tecnología y *equipadas en su totalidad* con depósitos y maquinaria de acero inoxidable = Die Verarbeitungsanlagen zeichnen sich durch modernsten technologischen Stand aus und *verfügen über* Tanks und Maschinen aus rostfreiem Edelstahl. (es-de 46)

(64) En pleno corazón de la Ribera del Duero, la Bodega Matarromera tiene sus naves semienterradas en la ladera norte del Valle del Duero, con unas preciosas vistas que dominan *todo el valle*, en el término municipal de Valbuena de Duero, en Valladolid. = Im Herzen der Ribera del Duero, auf der Nordseite des Valle del Duero, hat die Kellerei Matarromera seine halbeingegrabenen Hallen. Die Hallen befinden sich im Stadtgebiet des Valbuena de Duero, Valladolid und haben eine wunderschöne Aussicht *aufs Tal*. (es-de 35)

4.6.2. A subcategoría *extensión situacional* nas traducións ao alemán de sitios web de adegas castelá-leonesas

No capítulo do realce a través da referencia a unha situación con certas características temporais, nos 23 exemplos analizados predominan as situacións de tipo estático e iterativo-regular (estas últimas modificadas por adverbios ou sintagmas adverbiais como *siempre, regularmente, día a día, año a año / immer, regelmäßig, täglich, Jahr für Jahr*)²⁹.

As estratexias de tradución reproducen principalmente procedementos máis ou menos literais (ex. es-de 18). Unicamente se rexistran dous casos de reelaboración que implican un cambio do tipo de situación nos textos alemáns³⁰ e un caso no que o realce se expresa en alemán mediante outra subcategoría diferente da *extensión situacional* (neste caso mediante a subcategoría *cuantificación totalizadora*, ex. es-de 11):

(65) A lo largo de estos años Bodegas [nombre] ha sufrido una constante evolución ascendente. = Im Verlauf dieser Jahre hat Bodegas [nombre] eine konstant aufsteigende Entwicklung aufweisen können (es-de 18)

(66) Vinos de crianza, vinos de alta calidad *siempre* a partir de nuestros propios viñedos, con más de ocho décadas de antigüedad. = Crianza-Weine, hohe Qualitätsweine, *die alle* aus unseren

29 Rexistramos 8 exemplos que remiten a situacións estáticas, 2 a situacións dirixidas, 4 a situacións télicas e 9 a situacións iterativas.

30 E estes cambios proceden, á súa vez, dunha lixeira distorsión da mensaxe orixinal no proceso de tradución (sen que, dende o noso punto de vista, chegue a ser un erro) ou dunha reelaboración da mensaxe orixinal debido á súa defectuosa expresión.

eigenen über achtzig Jahre alten Weinbergen stammen. (es-de 11)

4.6.3. A subcategoría *singularización* nas traducións ao alemán de sitios web de adegas castelá-leonesas

O noso corpus paralelo contén 6 exemplos desta categoría, nos que se empregan adverbios como *únicamente, sólo, exclusivamente / ausschließlich, nur*. En todos os casos agás nun —no que tivo lugar unha importante simplificación da mensaxe orixinal— as traducións ao alemán conservan os elementos enfatizadores.

(67) Para conseguirlo, nuestros tintos se elaboran exclusivamente con uva seleccionada y vendimiada a mano de la finca La Legua. = Um ihr Ziel zu erreichen, verwenden die Bodegas [nombre] für ihre Rotweine nur ausgewählte und von Hand auf dem Weingut gelesene Trauben. (es-de 50)

4.6.4. A subcategoría *enumeración* nas traducións ao alemán de sitios web de adegas castelá-leonesas

O corpus paralelo contén 7 exemplos desta categoría, seis exemplos de enumeración comprensiva (coa conxunción complexa *tanto... como*) e un de enumeración climática (*no sólo...sino*). Excepto nun caso, no que a mensaxe orixinal se reelabora na tradución (engádese contido), no resto dos casos a tradución ao alemán recorre ás conxuncións equivalentes nesta lingua. Isto supón un cambio de frecuencias con respecto aos textos orixinais alemáns, nos que aparecían aproximadamente o mesmo número de enumeracións comprensivas e climáticas.

5. Conclusións

Chegados a este punto, intentaremos xeneralizar a partir das cifras e das análises presentadas nas páxinas anteriores para sintetizar as tendencias xerais observadas no estudo dos corpus.

Do **estudo dos textos orixinais do corpus comparable** dedúcese que, a pesar de que existen similitudes na retórica do realce entre os exemplos españois e alemáns do xénero, tamén é posible sinalar algunha característica propia de casa área cultural.

Na categoría da *cuantificación totalizadora* a frecuencia do fenómeno en ambos os dous subcorpus é moi similar, malia ser esta lixeiramente maior no subcorpus alemán no caso da categoría da *enumeración totalizadora* e claramente máis frecuente no caso da categoría *singularización*. Tanto os sitios web de adegas alemás como os sitios web de adegas castelá-leonesas buscan recursos que sirvan para crear a ilusión de continuidade nos estados de cousas descritos, encontrando en proporcións similares un aliado importante no procedemento de recorrer á *extensión situacional*, isto é, á

conceptualización da situación dende o punto de vista témporo–aspectual. No entanto, os adegueiros castelán-leoneses representan esa continuidade preferentemente como *estatismo–ausencia de cambio*, e non tanto como *regularidade e iteración*, mentres que os adegueiros alemáns representan, en proporcións similares, a continuidade nos estados de cousas como *estaticidade–regularidade e iteración*.

Unha conclusión non menos importante deste traballo é a hipótese de que esta maior preferencia pola iteración nas presentacións alemás e pola estaticidade nas españolas, pode relacionarse co que parece perfilarse como unha preferencia por certos tópicos e temas nos sitios web de adegas. Como indicamos anteriormente, estas preferencias non son as mesmas na área castelá-leonesa que na alemá. O tópico da ‘natureza’ (cos seus subtópicos do ‘respecto pola terra’ e do ‘ciclo da vide’ (conceptualizables en termos de *regularidade e iteración*) é o preferido nas presentacións alemás, mentres que nas castelá-leonesas predomina o tópico da tradición (facilmente representable en termos de *estatismo*). Neste sentido quedan confirmados os resultados de Sánchez Nieto (2006 e 2009) con respecto aos tópicos nos sitios web de adegas españolas (castelá-leonesas) e alemás e no realce adxectivo nos exemplos españois e alemáns do devandito xénero

A medida que estudamos os exemplos do corpus comparable, fomos constatando unha tendencia a reforzar a expresión do realce totalizador, é dicir, a expresar o realce mediante máis dun recurso (cf. os exemplos de-146 en p. 14, es-116 en p. 14 así como es-21 en p. 13). Con estes datos, sumámonos pois á tese de González Calvo (1984-1988), segundo a cal a expresión do superlativo (que entendemos como unha forma de realce) é maioritaria, polo menos en español, en todas as áreas da comunicación.

Tamén detectamos algunhas diferenzas importantes, case todas no plano lingüístico-paradigmático. Na categoría da cuantificación totalizadora destaca a preferencia dos exemplos españois polos cuantificadores sintetizadores fronte aos analizadores; mentres que nos exemplos alemáns o emprego de ambos os dous é máis uniforme, a maior variación léxica do español para a subcategoría *singularización* (cf. p. 18), ten a súa contrapartida na maior variación léxica do alemán na subcategoría da *cuantificación totalizadora*, concretamente no uso de adxectivos con función cuantificadora analizadora.

Por outra parte, identificamos unha diferenza importante na retórica do realce dos sitios web de adegas españolas e alemás: a tendencia a recorrer frecuentemente ao que denominamos *dogmas* nos exemplos alemáns do xénero (cf. p. 15)³¹.

31 A detección deste fenómeno tivo lugar de xeito máis ou menos casual ao fio da análise cualitativa da expresión das situacións estáticas; dado o carácter relativamente pequeno do corpus estudado, os datos achegados non teñen nin moito menos unha validez estatística

Ata aquí o estudo da retórica contrastiva evidencia que, en conxunto, as semellanzas son máis que as diferenzas, polo que todo o anterior constitúe unha proba máis da existencia do *sitio web de adega* como un xénero transnacional. O estudo, no entanto, apunta diferenzas que constituirían os trazos propios dos exemplos españois e alemáns do xénero, que sería oportuno que o tradutor detectase (mediante o estudo previo de textos paralelos) e aplicase ao seu traballo de consideralo adecuado na situación da tradución dada.

Polo que respecta ás conclusións do estudo do corpus paralelo, como cabería esperar a partir dos resultados obtidos na investigación do comportamento do superlativo adxectivo no xénero *sitio web de adega* (cf. Sánchez Nieto 2009, en prensa), a norma inicial (cf. Toury 2004 [1995], p. 98) que se perfila a través do estudo dos casos de realce parece orientarse cara á adecuación á cultura orixe. Os diferentes tipos de realce presentes nos textos españois orixinais do corpus paralelo exprésanse nos textos meta alemáns cos mesmos recursos, sen que sexan excesivos os casos de neutralizacións da énfase (agás no caso das traducións de segmentos nos que a énfase ten lugar como *cuantificación totalizadora*, onde si se producen algunhas neutralizacións).

Somos conscientes de que o corpus paralelo utilizado non é senón unha pequena mostra da realidade tradutora que queriamos describir³². Sabemos que as tendencias detectadas nel non son máis que simples apuntamentos que terán que ser corroborados ou refutados en estudos descritivos de traducións sobre un corpus máis amplo, que englobe textos procedentes de sitios web de empresas vitivinícolas de todas as denominacións de orixe españolas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, J. Y BONHOMME, M., 2000. *La argumentación publicitaria: Retórica del elogio y de la persuasión*. Madrid: Cátedra.
- ALVES, F.F., 2006. «GILTy or not GILTy: o reenquadramento da profesión de tradutor face ao evangelho da normalización». En *Conferência de tradução portuguesa, 1, Monte da Caparica, Lisboa, Portugal, 2006 – «Contrapor 2006»*. [Lisboa: Associação de Tradução em Língua Portuguesa, 2006]. [Dispoñible en <http://hdl.handle.net/1822/7168>].

xeneralizable e deben interpretarse como simples indicadores.

³² Lembremos que como mostra da actividade tradutora ao alemán de sitios web corporativos de adegas españolas figuran unicamente os resultados da devandita actividade tradutora para empresas vitivinícolas adscritas a unha ou máis das Denominacións de Orixe localizadas no territorio da comunidade autónoma de Castela e León.

- BARAHONA MIJANCOS, L., 2009. «La traducción del spot publicitario del vino». En: IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M. et al. (eds.) *Vino, lengua y traducción*. Valladolid: Servicio de Publicaciones e Intercambio científico de la Universidad de Valladolid.
- CAPANAGA, P., 2003. *Salsa probiótica: la lengua de la publicidad alimentaria*. Zaragoza: Pórtico.
- CORPAS PASTOR, G., 2006. «Translation Quality Standards in Europe: an Overview». En: E. MIYARES BERMÚDEZ & L. RUIZ MIYARES, (eds.) *Linguistics in the Twenty First Century*. Cambridge / Santiago de Cuba: Cambridge Scholars Press / Centro de Lingüística Aplicada, pp. 47-57. [Disponible en www.turicor.com/pdf/corpas2006a.pdf].
- FERRAZ MARTÍNEZ, A., 1996. *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco Libros.
- GARCÍA LUQUE, F., 2009. «Los géneros divulgativos y publicitarios en el sector vitivinícola y el mercado de la traducción». En: IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M. et al. (ed.) *Vino, lengua y traducción*. Valladolid: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Valladolid.
- GONZÁLEZ CALVO, J.M., 1984. «Sobre la expresión de lo ‘superlativo’ en español (I)». En *Anuario de Estudios Filológicos*, 7, pp. 173-205.
- 1985. «Sobre la expresión de lo ‘superlativo’ en español (II)». En *Anuario de Estudios Filológicos*, 8, pp. 113-146.
- 1986. «Sobre la expresión de lo ‘superlativo’ en español (III)». En *Anuario de Estudios Filológicos*, 9, pp. 129-153.
- 1987. «Sobre la expresión de lo ‘superlativo’ en español (IV)». En *Anuario de Estudios Filológicos*, 10, pp. 101-134.
- 1988. «Sobre la expresión de lo ‘superlativo’ en español (V)». En *Anuario de Estudios Filológicos*, 11, pp. 159-173.
- INSTITUT FÜR DEUTSCHE SPRACHE. *Cosmas II web* [en línea]. *Öffentliche Korpora des Archivs der geschriebenen Sprache*. <<https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web>>.
- JIMÉNEZ CRESPO, M.A., 2008. «Caracterización del género «sitio web corporativo» español. Análisis descriptivo con fines traductológicos». En: M.M. FERNÁNDEZ SÁNCHEZ e R. MUÑOZ MARTÍN, (eds.) *Aproximaciones cognitivas al estudio de la traducción y la interpretación*. Granada: Comares, pp. 259-300.
- LAMÍQUIZ, V., 1971. «El superlativo iterativo». En *Boletín de Filología Española*, 38-39, pp. 15-22.
- NORD, C., 2003. *Kommunikativ handeln auf Spanisch und Deutsch. Ein übersetzungsorientierter funktionaler Sprach- und Stilvergleich*. Wilhelmsfeld: Gottfried Egert Verlag.
- PEDRO RICOY, R.D., 2007. «Las estrategias de internacionalización en la traducción publicitaria». En *Revista de lingüística y lenguas*

- aplicadas*, (2), pp. 5-14.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Banco de datos (CREA)* [en línea]. *Corpus de referencia del español actual*. <<http://www.rae.es>>.
- SÁNCHEZ BARBERO, C., 2009. «Las páginas web de las bodegas. Una aproximación textual». En: IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M. et al. (ed.) *Vino, lengua y traducción*. Valladolid: Servicio de Publicaciones e Intercambio científico de la Universidad de Valladolid.
- SÁNCHEZ NIETO, M.T., 2005. *Las construcciones perifrásticas españolas de significado evaluativo y sus equivalentes alemanes en la traducción. Con ejercicios para la clase de español como lengua extranjera*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang
- 2006. «Publicidad, vitivinicultura y traducción: estudio contrastivo de presentaciones de bodegas españolas y alemanas». En *Hermeneus. Revista de Traducción e Interpretación*, 8, pp. 125-154.
- 2009. «El superlativo en las presentaciones de bodegas españolas y alemanas: Un estudio descriptivo de traducciones». En: IBÁÑEZ RODRÍGUEZ, M. et al. (ed.) *Vino, lengua y traducción*. Valladolid: Servicio de Publicaciones e Intercambio científico de la Universidad de Valladolid.
- TOURY, G., 2004. *Los estudios descriptivos de Traducción y más allá. Metodología de la investigación en estudios de Traducción*. Madrid: Cátedra.
- VIGARA TAUSTE, A.M., 2005. *Morfosintaxis del español coloquial. Esbozo estilístico*. 2ª ed. Madrid: Gredos.