

Análisis sociolingüístico y heurístico de la traducción de títulos de obras literarias entre el árabe y el español

DR .Ali Mohamed Abdel Latif

Universidad de Minia, Facultad de Al Alsun, Dpto. de Filología Española,
Cairo-Aswan Road, 61519, Minia Governate, Minia, Egipto.

ali.moawad@mu.edu.eg

ORCID: 0000-0003-3360-4663

Resumen: El presente estudio analiza desde la perspectiva lingüístico-cultural y heurística la traducción de los títulos de obras literarias entre el árabe y el español y los cambios, modificaciones o sustituciones que pueden experimentar algunos con tal de tener cabida en la lengua y cultura de llegada. El análisis demuestra que el componente léxico-semántico no es el único tomado en consideración a la hora de reformular el título de una obra; sino que entra en juego una diversidad de factores, entre lingüísticos, socioculturales y cognitivos.

Palabras clave: Traducción; títulos; literatura; heurística; funcionalismo.

Abstract: The present study analyzes from the linguistic-cultural and heuristic perspective the translation of the titles of literary works between Arabic and Spanish and the changes, modifications, or substitutions that some may experience to have a place in the language and culture of arrival. The analysis demonstrates that the lexical-semantic component is not the only one taken into consideration when reformulating the title of a work, but a diversity of factors, between linguistic, sociocultural, and cognitive.

Keywords: translation; Titles; literature; heuristics; functionalism.

Sumario: introducción, funciones de los títulos, factores de traducción, dificultades de traducción de los títulos, análisis de la traducción de títulos, el modelo de análisis heurístico, conclusiones.

Summary: Introduction, functions of the titles, translation factors, difficulties in translation of the titles, analysis of the translation of titles, the heuristic analysis model, conclusions.

1. Introducción

Mucha tinta ha corrido sobre la traducción de obras literarias como proceso y como producto. Del mismo modo, muchas páginas se han emborronado sobre la traducción de título de películas, no así sobre la de títulos de obras literarias. Jarilla Bravo (2022) llama la atención a que el título de una obra literaria es parte de ella y está dotado de integridad propia. Además, es el principal responsable de la primera toma de contacto entre obra y lector. La información que éste percibe a través del título puede condicionar su elección de una obra y no otra. En él, el autor original deposita información en clave interpretativa sobre el tema que trata. Es, en palabras de Rodríguez Muñoz (2009), la llave maestra de acceso al contenido de una obra y una herramienta para incrementar su carga semántica. Ello sucede cuando la obra se ve dentro de la cultura en la que ha sido gestada. Pero, el título puede verse desprovisto de intensidad y quedarse vacío en su paso hacia otra lengua y cultura. Por ello, este frontispicio es un elemento de suma importancia al que hay que dedicarle una atención especial durante el proceso traslativo. En caso contrario, se puede generar una pérdida semántica y las connotaciones del título podrían quedarse eliminadas, y con ellas, las claves interpretativas.

Por ello, el objetivo principal de este trabajo es, por un lado, observar las técnicas de traducción de títulos de obras de literatura y, por otro, las reglas heurísticas más utilizadas en la elaboración de los mismos tanto en versión original como en traducción. Otro objetivo es analizar las dificultades lingüísticas y factores socioculturales tomados en consideración a la hora de elegir un título para una obra traducida. También se analizan las estructuras formales de algunos de los títulos originales y la de sus correspondientes traducciones. No es nuestra pretensión juzgar las equivocaciones en las que incurren algunos traductores.

La metodología seguida es analítico-descriptiva, que nos ayuda a entender por qué la traducción de los títulos se ha realizado de esta manera y extraer así regularidades en el proceso de traducción, que podrían ser de ayuda a los futuros traductores. El análisis tiene dos fases. La primera es el análisis traductológico de los títulos. Esto ayuda a descubrir las tendencias de traducción y las estrategias más empleadas. La segunda es el análisis heurístico. En ella se analizan las reglas heurísticas empleadas en la traducción con tal de comprobar si existen semejanzas o diferencias entre las aplicadas en la formulación de los títulos traducidos en comparación con las de los títulos originales.

El corpus lo hemos creado nosotros de forma manual en las dos direcciones. Tiene un total de 100 títulos de obras traducidas: 40 del árabe y 60 del español. Nos hemos ceñido a las obras narrativas y teatrales españolas editadas en Egipto y las de escritores egipcios editadas en España.

2. Funciones de los títulos

El DRAE define el título como la “palabra o frase con que se da a conocer el nombre o asunto de una obra o de cada una de las partes o divisiones de un escrito”. De esa definición se entiende que el título funciona como un nombre propio que tendría una función deíctica (distintiva) o referencial. Sin embargo, la práctica traductora desmiente esa idea. López Fernández (1995, 1997: 18) define un título como «el nombre o frase que presenta de forma más o menos explicativa el tema sobre el que trata un determinado texto». Le asigna, además de su referencialidad, la función principal de establecer un primer contacto entre obra y receptor.

Como en las películas de cine (Chaves, 2000:64), la función de los títulos de obras literarias es motivar el interés del lector y captar su atención. El título es el primer elemento de la obra con el que tiene contacto el lector; es el instrumento de comunicación más importante. De él depende si decide sumarse a la aventura de leerla o abandonarla. Los autores se esmeran en la elección de los títulos de sus obras, cuya función será, por un lado, resumir el contenido de ésta y, por otro, causar un impacto en el lector desde el primer momento.

Por su parte, Luján (2010:304-306) recapitula y defiende que un título podría tener, pues, una de las siguientes tres funciones, pero no de forma excluyente: referencial, expresiva o apelativa. En el primer caso, el título aporta una idea sobre el contenido de la obra. Suelen ser los más frecuentes, como en *La cena de los generales* (2009), de Alonso de Santos. En el segundo se emplean recursos literarios para impactar al lector. Se emplea con menos frecuencia que la anterior. Un ejemplo de esta función es *Ay, Carmela* (1987), de Sanchis Siniterra. La tercera función tiene como fin captar la atención del lector, como en *La lluvia amarilla* (1988), de Julio Llamazares.

Ya antes que Luján, Nord (1999:153-158) había profundizado más en el asunto marcando que las funciones de esta unidad lingüística vienen ya determinadas por los factores de la situación comunicativa en la se produce, como el tiempo, el lugar y el motivo de la comunicación. Delimita que un título puede cumplir una o más de las siguientes funciones:

1. Función distintiva: identificar una obra y diferenciarla de otras.

2. Función metatextual: informar sobre la existencia de una obra.
3. Función descriptiva o referencial: describir la obra, su contenido, su forma y la situación comunicativa.
4. Función expresiva: expresar una evaluación de la obra, de su contenido, de su forma, efecto, etc.
5. Función fática: establecer un contacto inicial entre emisor y receptor.
6. Función operativa: atraer la atención de los usuarios para que se sientan motivados a aceptar la información ofrecida.

Todos los textos cumplen con las tres funciones principales: la distintiva, la metatextual y la fática. Las otras tres son específicas y no se manifiestan en todos los títulos. Con respecto a los títulos de las películas de cine, Navarro Rodríguez (1997:257) considera importante el cumplimiento de dos funciones: la descriptiva y la operativa. Estas dos son extrapolables al caso de las obras literarias. Los títulos deben servir como resumen del argumento de la obra y, a la vez, captar la atención de los lectores. Ello se puede realizar de diferentes maneras: la simple significación de las palabras, sus connotaciones, las presuposiciones culturales, el uso de fenómenos de la lengua, como se tendrá ocasión de ver más adelante.

En el caso de la traducción, es posible que los títulos cumplan una función en sus contextos originales y otra distinta en los de llegada. De ahí que Norda (1999) avisa de que los traductores deben plantearse la función cuyo texto va a cumplir en la lengua y cultura meta, con un lector con conocimientos y experiencias distintos de los del lector original, porque comprender significa conectar lo que uno ya sabe con lo nuevo que lee y aprende. Por ello, el lector de llegada enlaza la información que viene en el título con los conocimientos previos que tiene del mundo. Y en base a la función del texto en la lengua y cultura de recepción, se elige un título y no otro, lo cual es una decisión metodológica que determina todo el proceso de traducción.

3. Factores de traducción

La traducción de los títulos en general, y de los de obras literarias en particular, es un campo relativamente virgen, en especial en la combinación lingüística árabe-español. Con respecto al estudio que se ha realizado en cuanto a la traducción de los títulos de películas, Jiménez Serrano (1997), en *El papel del traductor* se pronuncia del siguiente modo:

En esta ocasión el ámbito seleccionado atañe en exclusiva a los títulos, pues si tanto el doblaje como el subtítulo han sido objeto de estudio con cierta frecuencia, no cabe afirmar lo propio en cuanto a los títulos. Esto último resulta especialmente asombroso, sobre todo al considerar que se trata de la única información que buena parte de los espectadores poseen para decidirse por una película, pues no es una práctica extendida leer revistas especializadas o consultar programas televisivos o radiofónicos que abordan el tema.

Lo aquí reproducido es perfectamente aplicable al caso de los títulos de obras literarias. En este sentido, cabe recordar que una traducción adecuada de un título, además de ser clave para la captación de la atención del lector, influye en la percepción que tiene una comunidad de la obra en cuestión. Muchas veces, el título traducido no es más que una traducción palabra por palabra del título original, sin analizar el impacto que puede tener en la comunidad destinataria. En otras, son adaptaciones de los títulos originales, algunas acertadas y otras no tanto.

La dificultad de traducción de los títulos radica en la unión tanto de lo lingüístico (elemento identificador) como lo extralingüístico (elemento atrayente) en una sola ecuación y verter ese todo en otra lengua. La consideración de lo que es o no atrayente es una cuestión

subjetiva y depende, *grosso modo*, de la concepción cultural. Por eso mismo, Navarro Rodríguez (1997:259) apunta, respecto a la traducción de título en el cine, que «a veces un título con pocos efectos comerciales en una lengua de partida se traduce por un equivalente con un enorme gancho publicitario en la lengua de llegada».

Las posturas adoptadas frente a esta cuestión se pueden dividir prácticamente en dos: la conservación o la manipulación del título. De los defensores de la primera posición se encuentra Newmark (2004:84), que defiende que “si el título del texto de la LO describe adecuadamente el contenido y es breve, entonces es mejor dejarlo”. Al otro lado, Vásquez-Ayora (1977:396) señala que:

Los títulos deben dejarse para el final, sea en el proceso de traducción como en la revisión. La elaboración de títulos es una ciencia aparte, poco conocida y muy descuidada... Depende de razones metalingüísticas más que de consideraciones lingüísticas. Sólo pueden resolverse con la aplicación de los métodos de adaptación, equivalencia y modulación. El título pretende abarcar todo el universo semántico de la obra o de su rasgo impactante, sin querer decir con ello que sea necesario sustituir títulos con otros totalmente irreconocibles...

Por su parte, Nord (1995: 153) aboga por la traducción funcional de los títulos, teniendo en cuenta tres factores. El primero de ellos es el título como unidad lingüística cuyas funciones vienen establecidas por los señalados factores de la situación comunicativa. Segundo, el funcionamiento de un título depende en alto grado del efecto que produce en los receptores. En tercer lugar, la aptitud del título traducido para cumplir sus funciones en la lengua y cultura de llegada, relegándose, en caso de conflicto, a un segundo plano la fidelidad al título original.

Se nota que mientras Newmark defiende una traducción lo más literal posible, sobre todo cuando el título original es breve y descriptivo, Nord y Vásquez-Ayora sostienen la necesidad de aplicar métodos de ejecución para adaptar el título original a la cultura receptora, sin llegar a aprobar la sustitución de un título por otro totalmente diferente.

Aparte de la funcionalidad y la lealtad, existen factores extralingüísticos que afectan por igual a la traducción de los títulos, como pueden ser el enganche y el comercial. La editorial publica las obras con tal de que el lector las adquiera. Así que es de suma importancia que el título sea atractivo para el público y lo empuje a comprar la obra. Por eso, muchas veces, los títulos traducidos son muy alejados de sus correspondientes originales. Entonces, es muy importante tener el destinatario de la traducción presente a la hora de reformular el título de una obra. López Fernández (1997:62) dice que el título es lo primero que influye en el público a la hora de elegir qué película ver y, por extensión, que obra leer.

Otra cuestión que no habría que olvidar es la del *branding*, es decir, la posibilidad de reconocer este título como traducción del correspondiente título original (función distintiva) y, por tanto, de la obra como propiedad intelectual de su autor. La traducción literal, según Negro Alousque (2010) tiene como ventaja la de ayudar a reconocer la obra en su lengua original, mientras que la sustitución del título por otro nuevo, además de ser un procedimiento problemático y polémico, como apunta López Fernández (1997:32), no permite reconocer en el título traducido la obra original.

Otro factor que influye en la reformulación del título es el hecho de que sea o no *un remake*. Es decir, de si existe o no una traducción realizada con anterioridad. Las nuevas versiones suelen ser revisiones de sus anteriores, sobre todo si la primera no es una traducción directa. También puede darse el caso de que sean reediciones de la misma versión anterior, pero

con un nuevo título. Mantener el mismo título tiene la ventaja de que el lector puede identificar fácilmente la obra y cambiarlo anula esa ventaja.

En la muestra de análisis, la obra de Cervantes, *Don Quijote de la Mancha*, se ha traducido al árabe con más de un título, entre los cuales mencionamos, por orden cronológico, الشريف العبقري دون كيخوته دي لا منتشا "الشهير" (2012) و دون كيخوت (1957) السيد العبقري دون كيخوته لا مانتشا (2016). La última de las tres traducciones remite a la primera traducción al árabe, realizada desde el francés, y que popularizó la denominación francesa *Don Quichotte*, con el fonea *ch*, y no *j*. Algo parecido pasa con la de García Lorca, *Bodas de sangre* (1933), traducida dos veces en Egipto: una con el título de عرس الدم (1964) y la otra titulada الزفاف الدامي (1962), jugando así con los sinónimos y la estructura formal.

Otro caso es el de *La soledad era esto* (1990) de Juan José Millas, traducida en 2009 como كانت هذه هي العزلة y en 2003 كانت هكذا كانت الوحدة. Otras veces, para distinguirse y desenmarcarse de la primera versión, los traductores optan por cambiar el título de la obra. En segunda versión خان الخليلى (1945) pasa a ser *Jan Aljalili* (2001) y no *Tras la celosía* (1999).

Sin ánimo de extendernos más en este punto, ofrecemos el caso de la obra cumbre de la picaresca española, el famoso *Lazarillo de Tormes* (1554), traducido una vez como يوميات صعلوك (1979), y otra como لاثريو دي تورميس وحظوظه ومنحه (2009). En este sentido, resulta muy curiosa, y poco aprobada, la versión infantil que se ha realizado de la obra con el título de لاثريلو دي تورمس (2017). Lo único nuevo que aporta la versión infantil es la imagen de portada. Pero, con respecto al aspecto lingüístico, se ha mantenido el mismo título que la versión para adultos.

Traducir un título no es, pues, solo plasmar lingüísticamente el significado de las palabras que lo componen. Habría que tomar en consideración todos los detalles de éste, adecuando el mensaje al público al que va dirigida la obra. Necesitaria, a decir de Rodríguez Muñoz (2009), de un doble trabajo de interpretación, es decir, mediación entre lenguas (traducción interlingüística) y mediación entre culturas (traducción cultural), aparte, creemos, de un análisis de las reglas heurísticas que subyacen en el título original y la toma de decisión sobre su mantenimiento o sustitución. El código lingüístico deja de ser, en muchas ocasiones, el protagonista del mensaje, visto como un ente semiótico íntegro, que transmite mensajes a varios niveles.

4. Dificultades de traducción de los títulos

En este apartado se analizan algunas de las dificultades de traducción de los títulos detectadas durante el análisis del corpus. En general suelen ser cuestiones relacionadas con la lengua en sí o con la cultura.

4.1. Títulos con referencias culturales

Rodríguez Muñoz (2009) afirma que las obras de arte son producto de las visiones del mundo que tienen sus autores, influenciadas, a su vez, por las circunstancias y experiencias en que viven, por un lado, y por las coordenadas espaciotemporales en las que trabajan, por otro. Por ello, los títulos de sus producciones pueden ser comprensibles para su público original, pero opacas para los receptores en otras culturas. Ello supone un verdadero reto para el traductor. Pensando más en el cine, Navarro Rodríguez (1997: 258) señala que en el proceso de traducción de títulos entran en juego informaciones de tipo lingüístico y otras de tipo extralingüístico, que provocan problemas traductológicos y que habría que plasmar con recursos de otra lengua. Las referencias culturales, información extralingüística, es una de las dificultades que mayores problemas plantean. Elementos culturales o culturemas son, según Molina (2006:77), cualquier:

elemento verbal o paraverbal que posee una carga cultural específica en una cultura y que, al entrar en contacto con otra cultura a través de la traducción, puede provocar un problema de índole cultural entre los textos de origen y meta.

Normalmente, los culturemas son difíciles de traducir literalmente, porque no dependen solo de su componente léxico-semántico, sino de la totalidad del sentido. Además, no suelen tener equivalentes exactos en otras lenguas. Mayoral (1994) avisa del desajuste de su traducción a la realidad de la cultura de llegada.

Los culturemas abarcan todos los aspectos de la vida de un pueblo, su pasado y su presente: religión, historia, geografía, política, vestimenta, tradiciones, etc. En español se encuentran títulos como *Los pazos de Ulloa* (1886) de Pardo Bazán. *Pazos* es un término cultural específico de la cultura gallega que significa, según el DRAE, “casa solariega gallega, especialmente la edificada en el campo”. *Ulloa* es una comarca central de la provincia de Lugo. Así, el título *Los Pazos de Ulloa* constituye un culturema de difícil traducción al árabe, por lo que el traductor lo sustituyó por sus referentes pragmáticos más cercanos, ديار الماركيز (2018), comando con la información previa de la que dispone su lector.

Lo mismo pasa con la novela *Aranmanoth* (2000) de Ana María Matute. La leyenda cuenta que, en el calendario del viejo rey, Aranmanoth significa el mes de las espigas, culturema desconocido para el lector árabe. Por ello, se ha ampliado el título árabe con información añadida entre paréntesis: أرانمانوث (أو شهر الحصاد) (2011). De esa manera, se mantiene el título original a la vez que se proporciona al lector información sobre el contenido de la obra, porque el título por sí solo no sugiere nada.

Del mismo modo, la novela de Rafael Sánchez Ferlosio *El Jarama* (1955) se traslada al árabe como نهر الخراما (2015), añadiendo el especificativo *río* para dar a conocer al lector árabe, poco versado en la geográfica española, que el Jarama es un río.

Un caso especial de culturema es el de la intertextualidad; es decir formular un texto sobre la base de otro anterior, contando con la información compartida entre emisor y receptor. Cabe decir aquí que, por desconocimiento del lector de la traducción de esa base compartida, esa intertextualidad pasa inadvertida. Este es el caso de la traducción de la obra de Tawfiq al Ḥakim رحلة الربيع والخريف (1968) (*Viaje de primavera y otoño*, 2008), construido sobre la base de رحلة الشتاء والصيف (viaje de invierno y verano) del capítulo coránico número 106.

Castañares (1994:129-131) sostiene que existen iconos y símbolos que representan el mismo referente en todas las culturas y otros que pueden llegar a tener significaciones diferentes. Así pasa con *La esfinge* (1898), de Unamuno, donde el desconocimiento hace que la obra pase al árabe, cien años después, con el título أبو الهول (1998), título que sugiere que la obra está ambientada en el Egipto faraónico o en la zona de Guiza donde se erige la figura de la esfinge egipcia. *La Esfinge* de Unamuno, símbolo de la muerte en la obra, se refiere al monstruo fabuloso de la mitología griega que se representa generalmente como una leona alada con cabeza y pecho de mujer, que plantea enigmas irresolubles. Cuando los descubridores de los monumentos faraónicos vieron el parecido entre lo que hoy se conoce como la esfinge de Guiza y aquella figura de la mitología griega, dieron al primero el nombre que tiene ahora y que en árabe es أبو الهول. La trama de la obra de Unamuno nada tiene que ver con Egipto ni con los faraones, ni siquiera con su esfinge.

4.2. Títulos con especiales aspectos lingüísticos

Las diferencias entre lenguas pueden provocar problemas de traducción. En árabe, por ejemplo, no se usa el adverbio de aprobación *sí* como un sustantivo, por lo que el título de la

obra dramática de Fernández de Moratín *El sí de las niñas* (1805), referente al consentimiento sobre su matrimonio, pasa a ser en árabe الكلمة للبننت (2005). De igual manera, *El pan de todos* (1953), de Alfonso Sastre se traduce como خبز الشعب (2004) (El pan del pueblo) sustituyendo el todo por su referente pragmático. El título árabe de la obra de Naguib Mahfuz دنيا الله (1963) no tendría sentido en castellano si se traduce literalmente, por lo que la traductora lo cambió a *Voces de otro mundo* (2005). Resulta curioso que en inglés el título, *God's World: An Anthology of Short Stories* (1988), mantiene la misma estructura formal y semántica del árabe, aunque ampliado con información sobre el género.

Uno de los fenómenos más observables de las diferencias lingüísticas es el de los juegos de palabras, revestimiento formal de difícil traducción entre lenguas fonéticamente no afines. Delabastita (1996:128) afirma que en este fenómeno las particularidades de la lengua son aprovechadas para conseguir una confrontación de dos estructuras lingüísticas similares en la escritura, pero distintas en la significación. Al respecto, Newmark (2004:293) dice que “cuando los dos sentidos del juego de palabras son más importantes que el medio en sí, se pueden a veces traducir reproduciéndolos de manera incongruente”. Así, رحلة بن فطومة (1983), basada en la semejanza fonética entre el antropónimo ibn Fattûma y el Marco Polo árabe ibn Battûta, se traduce como *El viaje del hijo de Fatuma* (1996). ¿Se podría haber traducido como El viaje de ibn Fattûma? ¿Acaso ha influido el hecho que Ibn Battûta sea un personaje real y ibn Fattûma ficticio en esa decisión?

Otro fenómeno lingüístico hallado es el uso del diminutivo, que en castellano es mucho más frecuente que en árabe. Para la traducción del título *La gitanilla* (1613), de Cervantes, el traductor, con el fin de producir un título con una sola palabra en árabe y respetar así la estructura formal del original, se ha visto obligado a eliminar este matiz de la edad, dejándolo solo en العجربة (2009).

Otro rasgo lingüístico que ha obligado a la manipulación de la traducción es la locución comparativa árabe que aparece en el título de la novela de Alaa Al Aswany جمهورية كأن (2018). La locución es usada en el título como una burla del estado al que ha llegado la situación política en Egipto después de la Revolución del 2011. La expresión significa *hacer como que*, en el sentido de fingir ser algo sin serlo, en este caso fingir ser una república. Traducirlo como *La república de como si* hubiera dado un resultado poco favorable en castellano. Al final, el título en español quedó como *La república era esto* (2021). En la edición en catalán, el título es *Una república com si* (2020). ¿Podía haberse traducido como *La cuasi república*?

4.3. Títulos con nombres propios

Cuando en el título original aparece un nombre propio, existen dos posibilidades de traducción: mantenerlo o eliminarlo. En el primer supuesto, antiguamente y hasta bien entrado el siglo XX, los nombres propios se adaptaban a los cánones de la lengua de llegada, pero la tendencia predominante en la actualidad es dejarlos tal cual a menos que estén escritos con alfabeto no romano (Moya, 2000:38). En el caso del árabe, y por la diferencia de alfabeto y escritura, estos nombres, tanto topónimos como antropónimos, tienden a transcribirse.

En el corpus tenemos un largo abanico de títulos con nombres propios. Así que, por cuestiones de espacio, se reproducen solo algunos ejemplos a título representativo, como, por ejemplo, أماديس (2015) (Últimas tardes con Teresa, 1966), de Juan Marsé, دي جاو لا (2007) (*Amadís de Guala*, 1508), de Rodríguez de Montalvo, بيبيتا خيمينيث (2007) (*Pepita Jiménez*, 1874), de Juan Valera y عائلة باسكوال دوراتي (1989) (*La familia de Pascual Duarte*, 1942), de José Cela.

En algunos casos, se han hecho pequeñas adaptaciones fonéticas, como en قصة بن السراج (2018) (*El Abencerraje y la hermosa Jarifa*, 1565), de autor anónimo. La

adaptación fonética en este caso ha venido motivada por el origen árabe de estos nombres. Así lo corrobora el DRAE diciendo que abencerraje viene “del árabe hispánico aban (as)sarrāg ‘hijo del guarnicionero’ y que Jarifa también viene del árabe hispánico šarīf, y este del árabe clásico šarīf 'noble' y que es un adjetivo que significa “rozagante, vistoso, bien compuesto o adornado”.

En cuanto a los topónimos, ocurre lo mismo que con los antropónimos, es decir, se transcriben, tanto en una dirección como en otra. Así, *Jan Aljalili* (2001) es la traducción al castellano de خان الخليلى (1945) y *Rhadopis* (2003) lo es de رادوبيس (1943), ambas de Naguib Mahfuz. Sin embargo, e igual que en el caso de los antropónimos, ciertos casos han experimentado alguna modificación fonética y hasta semántica debido a su etimología. En el corpus tenemos a عمدة سلمية (1992) (*El alcalde de Zalamea*, 1651), de Calderón de la Barca y نجمة اشبيلية (2020) (*La estrella de Sevilla*, 1616) de Lope de Vega. En el caso de la alteración semántica, *El viaje a la Alcarria* (1948), de Cela tiene como traducción رحلة إلى القرية (1993), cambiando el topónimo Alcarria, nombre de la comarca castellana situada en la submeseta sur, por el nombre común árabe *alqariah* (el pueblo), en vistas de las semejanzas entre los dos nombres y también de la etimología del topónimo español.

Los nombres de lugares archiconocidos internacionalmente suelen tener su equivalente acuñado en todas las lenguas. Es estos casos, se recurre al uso de estos equivalentes. *Del Madrid castizo* (1978), de Carlos Arniches pasa al árabe como مدريد الأصلية (2011). *Chicago* (2009) es la traducción de شيكاغو (2007), de Alaa Al Aswany.

En la mayoría de las veces, y como señala Jiménez Serrano (1997:306-307) respecto a la traducción de títulos de películas con nombres extranjeros, la carga semántica de los nombres propios se pierde. Como botón de muestra, mencionamos خادم دوقة أمالفي (1980) (*El mayordomo de la duquesa de Amalfi*, 1620) y قائد اوكانيا (1966) (*Peribáñez y el comendador de Ocaña*, 1614), de Lope de Vega, donde los nombres transcritos no evocan ni sugieren nada en árabe.

Del segundo supuesto se encuentran ejemplos como el de *Tras la celosía*, traducción del topónimo *Jan al Jalili* (1945), *El palacio del deseo* (1990), traducción del título de la novela de قصر الشوق (1957) y *La Azucarera* (1990), traducción de السكرية (1957), *Entre dos palacios* (1989), traducción de بين القصرين (1956) y *El callejón de los milagros* (1988), traducción زقاق المدق (1947), todas de Naguib Mahfuz. La sustitución de los nombres propios por comunes en la traducción en las últimas cuatro obras de Naguib Mahfuz se debe, quizás, a un error de los traductores al no identificar los nombres de los barrios cairotas como topónimos.

4.4.Limitaciones del espacio

Es una cuestión estrechamente relacionada con las dos primeras. Los títulos de las obras literarias se caracterizan, por lo general, por su brevedad. En caso de los títulos con juegos de palabras o referencias culturales, la traducción podría resultar imposible sin el recurso a las famosas notas a pie de página o la introducción, a decir de Rodríguez Muñoz (2009), en el mundo cultural de la obra original, técnica difícil de aplicar en el caso de los títulos. Ello obliga a crear uno nuevo en la lengua y cultura receptora. Aunque en algunos casos, los traductores recurren a la expansión del título, como se ha visto en el caso de *Aranmanoth* y otros, en otros se acude a la creación de títulos nuevos, como en *Beltenebros*¹ (1989) de Muñoz Molina, que se ha traducido al árabe como أمير الظلام (2014).

5. Análisis de la traducción de títulos

¹ Nombre que en provenzal significa bello tenebroso.

Muchos son los investigadores que han estudiado la traducción de los títulos en el cine. Para el objeto de este estudio, seguimos la clasificación de técnicas de traducción establecida por Negro (2010:1094-1099) adaptándola al caso de la literatura. La taxonomía cuenta con siete técnicas de traducción, a saber:

5.1.Traducción cero

Es la no traducción del título. Se aplica normalmente cuando el título no es más un nombre propio. Suelen ser títulos cortos; de uno o dos nombres. Aunque otros investigadores la ven como una técnica justificada, sobre todo en caso de lenguas afines, creemos que usarla en árabe implicaría una pérdida de información importante para el lector, hecho que provocaría, en última instancia, el fracaso del primer contacto entre éste la obra (función fática), manteniendo solamente la función metatextual. Ello se debe a que el antropónimo o topónimo suele estar alejado del mundo cognitivo del destinatario de la traducción, algo que no le provoca ni le anima a abrir el libro. Según Negro (2010: 1095), la no traducción hace que no se cumplan las normas lingüísticas de la lengua de llegada y el título no sea informativo.

Así, *نادي السيارات* (2013) y *خان الخليفي* (1945) evocan todo un mundo de expectativas en el imaginario del lector egipcio. Pero ni *El automóvil club de Egipto* (2015) ni *Jan Aljalili* (2001) significan nada para el lector español. El propio apellido del autor de la primera obra, Alaa Al Aswany (1957), remite para el lector árabe a su origen geográfico, pero quizás no lo hace para el lector español, para el que solo será un nombre propio. De hecho, existe en la actualidad una corriente sólida que defiende la postura de que los nombres propios poseen una semántica mucho más rica aun que la de los nombres comunes (Cuéllar, 2014). En la dirección contraria, *Fuenteovejuna* (1619), de Lope de Vega ha quedado en árabe como *فونتي اوبيخونا* (1966), título que nos parece poco sugerente, dada la lejanía del topónimo.

5.2.Traducción literal

También llamada traducción directa. Es, a diferencia de la anterior, una técnica más productiva y aceptada. Ayuda al lector a identificar el mensaje del texto original. En la muestra analizada, se ha observado, a grandes rasgos, que es la tendencia más predominante. Es más, se ha procurado casi siempre conservar la misma estructura sintáctica del título original. Si el título está formado por una sola palabra, lo normal ha sido traducirlo por una sola palabra. Así, *الأخر* (1998) es traducción de *El otro* (1926) de Unamuno y *الأربعينية* (2014) lo es de *La cuarentena* (1991), de Juan Goytisolo. Si se compone de sustantivo + adjetivo, se ha mantenido la misma forma. *القوة الغاشمة* (2000) y *المرأة المهووسة* (2015) son una muestra de ello. Sus respectivos títulos originales son: *La fuerza bruta* (1908), de Benavente y *La mujer loca* (2014), de Juan José Millas. En algunos casos, se ha mantenido la estructura del original hasta a expensas de la naturalidad de la lengua, como en *Las noches de las mil y una noches* (1996), título un poco repetitivo en español, que es traducción de *ليالي ألف ليلة* (1979), de Naguib Mahfuz.

Además de sonar bien, esta traducción literal funciona bien en la lengua de llegada en los casos en que los títulos no presentan problemas de traducción, como en *عشاء الجنرالات* (2021) (*La cena de los generales*, 2009) y *الالبوم العائلي* (2016) (*El álbum familiar*, 1982), de José Luis Alonso de Santos y *Amor bajo la lluvia* (1988) (*حب تحت المطر*, ١٩٧٣), de Naguib Mahfuz.

Se ha visto también que algunas editoriales acompañan sus traducciones con el título original. Normalmente lo hacen en la página de derechos, después de la portada. Negro Alousque (2010:1096) señala que ello ayuda a la identificación de las obras originales, sobre todo en caso de crear un título nuevo.

5.3.Traducción cuasiliteral

Es una técnica en la que se cambian algunos aspectos lingüísticos del título, que pueden alterar el sentido o la intención del original. No se considerarán los cambios que experimentan los títulos durante el proceso de traducción como errores de los traductores, como sabiamente apunta Monterroso en *La palabra mágica* (1996:95). Estos se rigen principalmente por dos factores: decisión de la editorial para garantizar el enganche de la obra o acuerdo entre autor y editor para favorecer la traducción.

Dentro de estos cambios, se distinguen diferentes categorías. La principal la constituyen los cambios léxicos, es decir, la introducción de una modificación léxica al título original sin cambiar del todo su sentido global. Así, *الملائكة الأبرياء* (1989) es título en árabe de *Los santos inocentes* (1981), de Miguel Delibes, aunque santo es una cosa y ملاك (ángel) es otra.

Después vienen los cambios morfológicos o sintácticos, provocados, según Díaz Teijo (1997:136) por la propia naturaleza de las dos lenguas implicadas. Como el árabe tiene forma morfológica de dual y el español la tiene solo de forma léxica, *Los dos verdugos* (1958), de Fernando Arrabal, pasa a ser *الجلادان* (1970) y *Anillos para una dama* (1974), de Antonio Gala, a *خاتمان من أجل سيدة* (2011), sustituyendo el plural del original por el dual en la traducción. Mientras tanto, *El sí de las niñas* (1805) de Fernández de Moratín se convierte en *الكلمة للبننت* (2005), cambiando el plural en español *niñas* por el singular genérico en árabe *بننت*.

También se ha notado una tendencia del árabe de añadir un الـ donde no lo hay en castellano, como en *الفجر* (2002) (*Madrugada*, 1953, de Buero Vallejo), *المسرح القصير* (*Teatro breve* 2005) de Alonso de Santos) و *ورود الخريف* (2003) (*Rosas de Otoño* (1905) de Benavente. Del mismo modo, se ha dado el fenómeno contrario en la traducción de *Los enamoramientos* (2011), de Javier Marías como *غراميات* (2019) y *El safari* (2017) de José Moreno Arenas, que se ha quedado en árabe como *رحلة سفاري* (2018), quitándoles a los dos su artículo definido.

5.4.La expansión

También denominada traducción explicativa. Significa la adición de elementos lingüísticos en la traducción que no figuraban en el título original. Se añade información adicional cuando el título original no proporciona al nuevo lector datos suficientes sobre la obra. En el caso de los títulos en árabe, la novela de Mahfuz *الكرتك* (1974) se expande a *Café Karnak* (2000), con tal de no crear una confusión en el lector entre el escenario de la obra, un café en un barrio caiota, y el templo faraónico homónimo en la ciudad de Luxor. Ocurre lo mismo con su otra obra *قشتمر* (1988), que pasa al español como *El café de Qúshumar*.

En otros casos, esta información adicional funciona como subtítulo que se separa del título mediante un punto o dos puntos. *أصداء السيرة الذاتية* (1994) en español es *Voces de Egipto: pasajes de una vida* (1997). Para dar más información sobre el contenido de la obra (función referencial), los traductores de la novela mahfuziana *كفاح طيبة* (1944) añaden una glosa explicativa al título, quedándose en *La batalla de Tebas: Egipto contra los hicsos* (1995).

Del español al árabe hallamos casos en que la expansión ha venido condicionada por motivos lingüísticos. Son *Plenilunio* (1955) de Muñoz Molina y *Infratonos* (1979) de Alfonso Vallejo. El árabe, por asimetría con el castellano en el uso de los prefijos, moldea el segundo título en *النغمة السفلى* (2000). En el primer caso, por ser una palabra específica de la astronomía, el traductor ha optado por usar un título mucho más cercano, aunque haya tenido que ampliarlo. De ese proceso ha resultado el título árabe *ليلة اكتمال القمر* (2013).

En otras ocasiones, se ha acudido a la expansión por cuestiones estilísticas como en *قصص مهداة إلى مارثيا ليوناردا* (2007), traducción de *Novelas a Marcía Leonarda* (1624), de Lope de Vega, donde la adición del adjetivo árabe *مهداة* (dedicadas) embellece la forma del título.

En otros casos la expansión ha servido para aportar más información que la del título original con el fin de crear en el imaginario del nuevo lector todo un mundo de referencias cognitivas sobre la obra en cuestión. Así pasa con *Ay, Carmela* (1987), traducida al árabe como *أحلام فترة النقاهاة* (2012). Aquí se añade, además de información sobre el género de la obra, otra sobre su temática.

5.5.La reducción

Se la conoce también con el nombre de traducción parcial. Consiste en eliminar información que sí figuraban en el título original. La información eliminada suele no ser imprescindible para el lector meta para comprender el mensaje del título. Esta técnica hace que textos tan largos en árabe como el de *حواديت المشاوير* (2013) se quede tan solo en *Taxi* (2020) y *أحلام فترة النقاهاة* (2003) en *Los sueños* (2014). En esta categoría brillan por su escasez los ejemplos en la dirección español-árabe. El único caso detectado es el de la obra de Carlos Arniches *Del Madrid castizo: sainetes* (1978), que se trasladado como *مدريد الأصلية* (2011), obviando de ese modo la información sobre el género del libro.

5.6.La adaptación

Significa adaptar el mensaje del título original a la lengua y cultura de llegada. Se emplea en casos de frases hechas o colocaciones que no tienen, si se reproducen literalmente, la misma carga semántica en otros idiomas. El cambio se realiza de manera natural con una estructura semejante que guarda relación con la original. Buen ejemplo de ello es el título de la obra de Alfonso Vallejo *A tumba abierta*² (1979), que bien se ha adaptado al árabe como *على المكشوف* (2000). Esta adaptación ha transformado ligeramente la estructura del original mediante una simple sustitución léxica, que no ha dañado la estructura ni ha cambiado el significado original.

5.7.La creación

En el cine es conocida como traducción publicitaria o comercial. Más que traducir, implica buscar un nuevo título que tenga alguna referencia cognitiva en la lengua y cultura de llegada, porque el título original, traducido literalmente, no llamaría la atención de sus destinatarios y fallaría así la comunicación. Se opone el principio de lealtad de Nord, por lo que el título traducido no correspondería con ninguno de los aspectos formales del título original. En ella, el traductor recurre al bagaje cultural de la sociedad de acogida para reformular el título de la obra.

En este sentido, costará creer que *La maldición de Ra. Keops y la gran pirámide* (1996) es la traducción del título *عبث الأقدار* (1939), de Naguib Mahfuz y que *ثورة الشك* (2007) lo sea de *El mal que nos hacen* (1917), de Benavente. ¿Acaso se puede identificar el libro original a través de su título traducido? Definitivamente, no. En el último caso, el traductor ha creado una metáfora donde no la hay en el original, estrategia opuesta a la observada en el apartado (6.7). El traductor se atiene, en estos casos, al contenido de la obra en sí y no al significado de su título. Además, como sostiene Jarilla Bravo (2022), ahí pueden entrar en juego las decisiones editoriales.

6. El modelo de análisis heurístico

² Es una locución adverbial que, según el DRAE, significa hablar osadamente, sin reserva alguna.

Es un modelo elaborado por Chaiken y Eagly (1983) en el ámbito de la comunicación, basándose en los trabajos de Petty Cacioppo (1986). Describe la vía de la cognición heurística y sus reglas funcionan a partir del principio de hacer el mínimo esfuerzo cognitivo posible para sacar el mayor provecho comunicativo a partir de esquemas almacenados en la memoria y que se activan en determinadas situaciones de comunicación. Es algo parecido a lo que en pragmática se denomina información compartida con la que el emisor del mensaje cuenta para la construcción de su mensaje y que el receptor activa para descifrarlo. Muchos estudiosos del campo de la publicidad y la comunicación han basado sus investigaciones en la aplicación de las reglas heurísticas. Partiendo de la definición de la traducción como un acto de comunicación, Pastor (2011:94-101) aplica este marco heurístico al análisis de la traducción de los títulos en el cine y aquí, por extensión, lo aplicamos al análisis de la traducción de los títulos de obras literarias. Su taxonomía comprende las siguiente categorías:

1. Títulos-noticia

El título se parece a un titular de prensa. Da información sobre quién hace qué, dónde, cuándo y cómo. Dependiendo del título, se hace referencia a una o más de estas cinco interrogantes. Sirva de muestra para este tipo títulos *ثرثرة فوق النيل* (1996) de Mahfuz, que combina el qué y el dónde. En español informa del qué y se trastoca el dónde, dando como resultado *Veladas del Nilo* (1989). Para *حديث الصباح والمساء* (1987), del mismo autor, que informa del qué y del cuándo, se aplica la misma regla heurística en *Charlas de mañana y tarde* (2004). Otros títulos dan aún más información como el de Tawfiq al Hakim *يوميات نائب في الأرياف* (1937), que avisa del qué, del quién y del dónde. En la traducción, el dónde se ha caracterizado a través de la adjetivación en *Diario de un fiscal rural* (2003). En la novela mahfuziana *El día en que asesinaron al líder* (1994) se informa del cuándo, del qué y del quién. En la traducción se aplican las mismas reglas heurísticas; *يوم مقتل الزعيم* (1983). Este tipo de título no representa problemas de traducción.

2. Títulos-palabras clave

El título incluye sustantivos o adjetivos que delatan el ámbito temático del género. El lector, así, activa una serie de expectativas de lo que va a leer a partir del título. Ello se realiza mediante el uso de ciertas palabras que ayudan a determinar el género de la obra. En este sentido, es muy sugestivo el título *Teatro breve* (2005) cuya traducción árabe es *المسرح القصير* (2019), o *Microteatro* (2016), ambas de Alonso de Santos, y su traducción árabe, un tanto explicativa, *مسرحيات اسبانية قصيرة* (2005). *ميكروتياترو* (2022) y *Novelas ejemplares* (1613), de Cervantes y su versión árabe *قصص مثالية* (2005).

Escapa a este paradigma el drama de Jesús Campos García *La cabeza del diablo* (1999) y su traducción árabe *رأس الشيطان* (2006), cuyo título denota y connota una obra de terror mientras que en el fondo se trata de un drama histórico. En el caso de *Réquiem por un campesino español* (1653), de J. Sender, el traductor ha borrado lo de *réquiem*, elemento desconocido para el destinatario de la traducción, sustituyéndolo por la situación en la que se canta esta composición musical: la muerte. El título árabe es *موت فلاح اسباني* (2001). En el corpus árabe, tenemos ejemplos como *ملحمة الحرافيش* (1977), de Naguib Mahfuz (*La epopeya de los Harafish*, 2010). Como se ve, en la mayoría de los casos, se ha mantenido la palabra clave en la traducción.

3. Título localizado espacialmente

La localización espacial funciona como un GPS cognitivo que permite al lector poseer un marco de referencia preconocido. Ello, por tanto, multiplica su interés por la obra. En caso de los espacios desconocidos, resulta difícil captar el interés del lector. Por eso, muchas veces, los traductores acercan el escenario de la trama a las dimensiones mentales del mundo del destinatario de la traducción. De ese modo, *Los Pazos de Ulloa*, localización totalmente irreconocible para el lector árabe, pasa a ser *ديار الماركيز*, título que conecta de alguna manera con el mundo cognitivo del lector árabe y parte desde unas referencias y un contexto detectables. En este sentido, *قائد أوكانيا* (1966) no sería una traducción adecuada de la obra de Lope de Vega *Peribañez y el Comendador de Ocaña* (1614), porque esa localización espacial no remite a nada en árabe.

Tampoco hay que olvidar que el factor tiempo puede ser, como señala Jarilla Bravo (2022), determinante y crucial en la traducción del título. El paso del tiempo aleja al lector original de lo que en algún momento era un referente cercano. De esa manera se anula cualquier función apelativa que el título original haya tenido. Para el lector de la traducción, alejando en el espacio y en el tiempo, se complica aún más el sistema de interacción título-lector y ese título cumplirá aún menos sus funciones apelativas. De esa manera, *الابتسامة الاترورية* (2009) no conecta con el lector árabe, porque el adjetivo *etrusco*, referido a pueblo de la Antigüedad afincado en la región de la Toscana, no tiene ninguna referencia geográfica ni histórica para con su cognición.

4. Título-protagonistas

En esta categoría los nombres de los protagonistas, conocidos o no para el receptor, constituyen el título. La técnica es poner el mismo nombre propio, un sustantivo o un adjetivo que designa personas o algún otro tipo de alusión a personajes conocidos. Es la regla más productiva. Tiene más éxito cuando el protagonista es conocido para el mundo cognitivo del receptor. En caso de la traducción, no se puede garantizar este éxito por el cambio de contexto y, por tanto, de referentes en el mundo real.

Del árabe al español mencionamos títulos formulados con sustantivos que dan cuenta de la profesión del protagonista, como *الشحاذ* (1965) (*El mendigo*, 1992), de su carácter *حضرة المحترم* (1975) (*Un señor muy respetable*, 1994), ambas de Naguib Mahfuz. Como se nota, ningún de estos nombres, sustantivos o adjetivos que conforman los títulos presentó problemas de traducción.

Un caso curioso de títulos sustantivos es el *Doña Perfecta* (1921), de Galdós. Aquí se sustantiva el adjetivo ¿Se podía haber usado la misma licencia en árabe? Y en lugar del título *السيدة بيرفكتا* (2005) se podría haber traducido como *السيدة كاملة*, sabiendo que el adjetivo *كامل* (perfecto) en árabe se usa como nombre propio tanto en masculino como en femenino. ¿Causaría una extrañeza y un choque en el lector árabe que un personaje novelesco español se llamase *Kamilah*? ¿O ha sido el afán del *branding* un impedimento para ello?

Algo parecido al de *Doña Perfecta* ha pasado con la obra de Valle-Inclán *Tirano Banderas* (1926), donde el adjetivo se ha usado como un apodo. Aun así, en árabe se ha trasladado este adjetivo como tal, dadas las connotaciones que tiene para con la novela. El título árabe es *بانديراس الطاغية* (2002).

De la alusión se ha registrado un solo caso, el de la obra de Naguib Mahfuz *العائش في الحديقة* (1985), que cuenta la enigmática trayectoria vital y política de Akhenatón. El título en español ha sido modulado, buscando una alusión que tenga engancho para el lector y a través de la cual se pueda identificar fácilmente a ese rey del Antiguo Egipto. El título se convierte en *Akhenatón. El rey hereje* (1996). Ejemplos del español al árabe como *La zapatera prodigiosa* (1930), de García Lorca y su traducción *الاسكافية العجيبة* (1964), *La sirena varada* (1934), de Alejandro

Casona, y su título árabe الحورية الهاربة (1999) y *El loco* (1953), de Miguel Delibes, (المجنون، ١٩٩٩), corroboran lo dicho.

Igual que en el caso de Akhenatón, las alusiones en castellano se han sustituido por sus nombres propios o sustantivos correspondientes. Así se ha procedido con *La infanzona*³ (1945), de Benavente, cuya traducción árabe es الأميرة المتغترسة (2007) y *Los delfines* (1969), de Jaime Salom, que ha pasado al árabe como الدرافيل أو الجيل الجديد (2000), explicando así la metáfora-alusión del título original al lector árabe. Del mismo modo, el título-adjetivo *La malquerida* (1931), también de Benavente, y por las diferencias lingüísticas entre árabe y español, ha sufrido una remodelación y una amplificación quedándose en الحب الحرام أو المدنسة (2019).

No han faltado títulos en los que se aludía a más de un protagonista, a veces explícitamente como en *Laura y Julio* (2006), de José Millas (لاورا وخوليو، ٢٠٠٦) y otras implícitamente como en *Bartleby y compañía* (2007), de Vila Matas, cuya traducción al árabe sigue la misma norma heurística; بارتلبلي وأصحابه (2010).

De los nombres propios como títulos tenemos ejemplos como *Pepita Jiménez* (1874), de Bío Baroja (بيبيتا خيمينيث، ٢٠٠٧), *Marianela* (1878), de Pérez Galdós (ماريانيللا، ٢٠١٩) y *María Pineda* (1927), de García Lorca (ماريا بينيدا، ٢٠١٩). En árabe se encuentra شهرزاد (1934) (*Sherezade*, 1973), de Tawfiq al Hakim, y عزازيل (2008), de Yusuf Zidan (*Azazel*, 2008).

5. Título-enfrentamiento

Aquí dos protagonistas de la obra van enfrentados en el título o se contrastan dos elementos del contenido de la misma. Es una regla poco frecuentada por los autores de obras literarias, pero más productiva en el cine. Títulos árabes que cumplen esta regla son اللص والكلاب (1961), de Naguib Mahfuz (*El ladrón y los perros*, 1991) y السمان والخريف (1962) (*Las codornices y el otoño*, 1991).

6. Título-expresión

Se construye el título bien a base de una expresión conocida, con o sin cambios, o bien a base de citas populares de personaje públicos. Este recurso reduce el esfuerzo cognitivo que realizan los receptores. En la traducción, Jarilla Bravo (2022) señala este tipo de textos como casos de pérdida semántica, de connotaciones y hasta de las claves de lectura.

Buen ejemplo de esta categoría es el título de Lope de Vega *El perro del hortelano* (1618). El título lo constituye la primera parte de la expresión idiomática *Ser como el perro del hortelano, que ni come ni deja comer*⁴. Se usa para reprender a quien no disfruta de algo ni deja a otros hacerlo. El autor, contando con la información compartida en el contexto original, y jugando con la intertextualidad, usa solo la primera parte del enunciado. En la traducción, por el no reconocimiento de la expresión, provocado a lo mejor por no desvelar su segunda parte, o por algún otro motivo, no se descifraron las connotaciones de la expresión, dándose una traducción literal del título, كلب البستاني (1966), que mantiene la forma a expensas del sentido, aportando al lector falsa información sobre la trama del drama.

7. Títulos-metáfora

³ Es un título que, según el DRAE, sustentan los “hidalgo que en sus heredamientos tenía potestad y señorío limitados”

⁴ Al perro, animal carnívoro, no le gusta comer las verduras del huerto de su amo, aun así, no deja que los demás animales las disfruten. En la trama de la obra, la condesa Diana, por su condición, no puede amar a Teodoro. Por eso, no le deja amar a nadie ni ser amado por nadie.

A veces, el título es una metáfora del contenido de la obra que se descubre al término de su lectura. En traducción, en ocasiones se ha mantenido la misma metáfora y en otras se ha disipado. En árabe, el título de Tawfiq al Hakim عودة الروح (1933) es una metáfora del despertar del pueblo egipcio. En español se ha desmetaforizado el título recurriendo a su sentido más directo. El título en castellano es *El despertar de un pueblo* (1967). Lo mismo pasa con la obra de Alaa al Aswany نيران صديقة (2004) que se tradujo como *Deseo de ser egipcio* (2011). Resulta curioso que en inglés se han mantenido las dos metáforas: *Return of the Spirit* (2012) y *Friendly fire* (2010). Sin embargo, no se ha procedido de la misma manera con *El arca de Noé*⁵ (2014), traducción del título original سفينة نوح (2009). Del corpus de obras castellanas, las dos metáforas de *Los árboles mueren de pie* (1949), y *La barca sin pescador* (1945) de Alejandro Casona no han sufrido ninguna alteración en la traducción. Sus títulos correspondientes son الاشجار تموت واقفة (1966) y مركب بلا صياد (1965).

Conclusiones

El objeto de este estudio se resiste a cualquier intento de sistematización. En el mundo de la traducción entran en juego mil y un condicionantes. Aun así, se recalcan aquí una serie de apreciaciones. La traducción de los títulos con referencias culturales o especiales aspectos formales de la lengua original se hace dificultosa, por lo que muchas veces se origina una pérdida de algún componente del sentido o se acude, en los casos extremos, a la creación de un título nuevo, domesticación en términos de Venuti (1995). Es en esta categoría donde hay que seguir investigando en el futuro para profundizar aún más en los factores que subyacen en el proceso de su traducción. También habría que fomentar la creatividad de los futuros traductores para la apropiada traducción de los títulos en estos casos específicos.

Debido a las diferencias lingüísticas, la exactitud en la traslación de los títulos se presenta como una condición difícil de cumplir, salvo en casos de transparencia. Los títulos con función descriptiva o referencial no suelen plantear problemas de trasvase. La transcripción es la técnica más recurrente en el caso de los títulos compuestos de nombres propios. En algunos casos, se ha añadido una glosa explicativa o casi un segundo título para facilitar al lector la formación de una idea sobre el contenido de la obra. En ocasiones, era preferible y aconsejable crear un título más llamativo en la cultura de llegada.

El análisis lingüístico-cultural y heurístico ha demostrado la necesidad de realizar un estudio sociocultural de la comunidad receptora antes de optar por una traducción u otra del título. También ha puesto de manifiesto que la técnica mayoritaria es la traducción literal o cuasiliteral de los títulos, sobre todo en la dirección español→árabe. En segundo lugar, está la traducción libre, que incluye tanto la reducción como la expansión y creación. Estos últimos vienen justificados por el enganche publicitario.

Es posible la aplicación de normas heurísticas en la traducción diferentes a las empleadas en la formulación del título original. Ello crea marcos de referencia familiares para los nuevos destinatarios de la obra, y de ahí captar su interés hacia la misma, gracias a la rapidez con que la cognición procesa la información dada en el título.

El empleo de una estrategia u otra no depende solo de los componentes léxico-semánticos del título, sino que entra en juego una serie de factores socioculturales. El análisis de la obra original es fundamental para conseguir una solución aceptable para el lector en la lengua y cultura metas.

⁵ La obra aborda el tema de la inmigración, legal o ilegal, y narra las peripecias de doce personas, hombres y mujeres de diferentes clases sociales, cuyos destinos se entrecruzan después de abandonar Egipto en busca de un futuro mejor.

Referencias bibliográficas

- Castañares, Wenceslao (1994), “La orientación semiótica”, en Castañares, Wenceslao (ed.), *De la interpretación a la lectura*, Madrid, Iberediciones, pp.117-165.
- Cuéllar, Carmen Lázaro (2014), “Los nombres propios y su tratamiento en traducción”, en *Meta*, 59 (2), pp. 360-379.
- Chaves, María José (2000), *La traducción cinematográfica: el doblaje*, Huelva, Universidad de Huelva.
- Delabastita, Dirk (1996), “Introduction”, en Dirk Delabastita (ed.), *The Translator: Studies in Intercultural Communication*, Manchester, St Jerome, pp. 127-139.
- Díaz Teijo, José Tomás (1997), “La traducción en los títulos de películas del inglés al castellano: procedimientos y resultados”, en Santamaría López, José Miguel et al. (eds.), *Trasvases culturales: literatura, cine, traducción*, Vitoria, Universidad del País Vasco, pp. 131-141.
- Jarilla Bravo, Salud (2022), “La variación traductológica en el título de una obra literaria”, en *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de Lenguas*, Vol. 16 N.º, 32, doi: 10.26378/rnlael1632485
- Jiménez Serrano, Oscar (1996), “Breves notas sobre la traducción al español de los títulos de largometrajes”, en Félix Fernández, Leandro y Ortega Arjonilla, Emilio (coord.) *Estudios sobre Traducción e Interpretación. Actas de las I Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga*.
- Jiménez Serrano, Óscar (1997), «El peso de la ausencia: el papel del traductor en la adaptación al español de los títulos de largometrajes en inglés», en Esther Morillas y Juan Pablo Arias (eds.), *El papel del traductor*, Salamanca, Ediciones Colegio de España, pp. 293-317.

López Fernández, Beatriz, (1995-1997), *El título cinematográfico y su traducción* (Tesis doctoral), Oviedo, Universidad de Oviedo.

Luján García, Carmen Isabel (2017), “Traducción de los títulos de las películas en los cines de España. ¿Inglés y/o español?”, en *Odisea*, N.º 11, pp. 301-313, DOI: 10.25115/odisea.v0i11.335

Mayoral Asensio, Roberto (1994), “La explicitación de la información en la traducción intercultural», en Hurtado Albir, Amparo (ed.), *Estudis sobre la traducción*, Castellón, Universidad Jaume I, pp. 73-96.

Molina Martínez, Lucía (2006), *El otoño del pingüino. Análisis descriptivo de la traducción de los culturemas*, Castellón, Universitat Jaume I.

Monterroso, Augusto (1996), *La palabra mágica*, Barcelona, Anagrama.

Moya, Virgilio (2000), *La traducción de los nombres propios*, Madrid, Cátedra.

Navarro Rodríguez, Ángel (1997), “Acercas de la traducción de títulos de películas» en José Miguel Santamaría et al. (eds.), *Trasvases culturales: literatura, cine, traducción*, segunda edición, Vitoria, Universidad del País Vasco, pp. 257-263.

Negro Alousque, Isabel (2010), “La traducción de títulos cinematográficos: ¿adaptación o creación?”, En Bueno Alonso, Jorge Luis et al., *Analizar datos > Describir variación, Actas del XXVIII Congreso de AESLA*, Vigo: Universidad de Vigo, pp. 1091-1104.

Pastor, Luís (2011), “Las leyes de la atracción en los títulos de las películas de cine. Un caso de análisis de la vía heurística en la comunicación de masas”, en *Análisis. Revista de investigación filosófica*, 43, Universidad de Zaragoza, Grado de Filosofía, pp. 89-103.

Newmark, Peter (2004), *Manual de traducción*, Madrid, Cátedra.

Nord, Christiane (1990), “Funcionalismo y lealtad: algunas consideraciones en torno a la traducción de los títulos”, en *Actas de los II Encuentros Complutenses en torno a la traducción*, Madrid, Universidad Complutense, pp. 153-162.

Real Academia Española (2022), *Diccionario de la Lengua Española*, Versión en línea de la 23.^a edición.

Rodríguez Muñoz, María Luisa (2009), “Tendencias actuales en la traducción de títulos de obras de arte plástico”, en *Entreculturas*, N.º 1, pp. 285-299.

Vázquez-Ayora, Gerardo (1977), *Introducción a la traductología: curso básico de traducción* Washington, Georgetown University Press.

Venuti, Lewrance (1995), *The Translator’s Invisibility*, New York, Routledge.