

# ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS Y PROCEDIMIENTOS TRADUCTOLÓGICOS UTILIZADOS POR *EL PAÍS* EN LA TRADUCCIÓN DE TÍTULOS DE PRENSA DEL ESPAÑOL AL INGLÉS

Mercedes Vella Ramírez y Ana Belén Martínez López  
Dpto. de Traducción e Interpretación, Universidad de Córdoba  
[mvella@uco.es](mailto:mvella@uco.es) — [lr3malpa@uco.es](mailto:lr3malpa@uco.es)

Recibido: 25/05/2012

Aceptado: 11/10/2012

## Resumen

En el presente artículo se pretende realizar un análisis de las estrategias y los procedimientos traductológicos que sigue el periódico *El País* en su versión digital para la traducción de titulares de prensa del español al inglés. Tras repasar someramente los conceptos básicos de 'técnicas', 'estrategias' y 'procedimientos' desde un punto de vista traductológico, pasaremos a explicar las peculiaridades que presenta la elaboración de titulares de prensa, en inglés y en español, adoptando un enfoque interdisciplinar, que incluye no sólo la dimensión lingüístico-discursiva, sino también las aportaciones de los Estudios Culturales y las propuestas metodológicas de la Traductología. Por último, utilizando como corpus de referencia una serie de titulares de prensa de la edición en inglés del periódico digital *ELPAIS.COM*, analizaremos las estrategias seguidas por este rotativo en la traducción de estos titulares, comparando los resultados con las estrategias utilizadas en la traducción de otro tipo de títulos, como los títulos de películas.

**Palabras clave:** traducción periodística, traducción de títulos de prensa (español-inglés), estrategias de traducción.

ANALYSING STRATEGIES AND PROCEDURES USED BY *EL PAÍS* WHEN TRANSLATING HEADLINES FROM SPANISH INTO ENGLISH

## Abstract

In the present article we reflect on the strategies and procedures used in the digital version of *El País* when translating headlines from Spanish into English. We will start considering the concepts of translation techniques, translation strategies and translation procedures from the point of view of different scholars, and will then proceed to specify the peculiarities of headlines discourse in general and those of English headlines in particular, from a multidisciplinary point of view, including not only a linguistic and discursive dimension but also contributions from Translation Studies and relevant methodological proposals from Translation Studies. Finally, using a series of headlines obtained from the English edition of *ELPAIS.COM*, we will analyse the strategies followed

to translate them, comparing results with strategies used when translating other types of titles, such as film titles.

**Keywords:** journalistic translation, translating headlines (Spanish-English), translation strategies.

### 1. Planteamiento inicial: el objeto de estudio

Los textos periodísticos son una moneda de uso corriente tanto en la enseñanza de la L2 (el inglés, en este caso) como en los cursos de introducción a la traducción o de Traducción General (directa o inversa). Las razones que avalan este uso intensivo de los textos periodísticos en el aula de Traducción tienen que ver, entre otras cosas, con:

1. El uso peculiar que de la lengua general se hace en este tipo de documentos.
2. La carga «cultural» que encierran, incluyendo estereotipos culturales, información explícita e implícita, transparente para los miembros de una determinada comunidad lingüística y cultural, y opacos para el extranjero.
3. La densidad informativa que encontramos en los «títulos» o «titulares» de prensa.

En el caso que nos ocupa, nos enfrentamos al análisis y valoración de las estrategias y procedimientos utilizados en la traducción al inglés de «títulos o titulares de prensa» del diario *El País*.

Partimos de una premisa inicial: la tendencia general es la de «naturalizar» la información, es decir, adaptarla a las expectativas del lector potencial de la traducción, obviando, en muchos casos el contexto situacional de la información de partida o los elementos culturales que entran en juego en la construcción de la noticia en la lengua original.

Es por todo esto que, en nuestro estudio, optamos por llevar a cabo un análisis interdisciplinar (lingüístico, cultural y traductológico) que nos permita arrojar algo de luz sobre las dificultades que encierra la traducción de textos periodísticos, en general, y la de los «títulos o titulares de prensa», en particular, tomando como punto de partida la traducción, de español a inglés, de artículos publicados previamente en el diario *El País* (versión escrita y versión digital).

El objetivo no es otro que el de hacer un análisis detallado de las dificultades que, desde un punto de vista traductológico, encierra la construcción de esos «títulos en inglés» como propuesta de traducción de los titulares publicados en español, apoyando nuestro estudio tanto en el análisis del lenguaje periodístico en inglés y en español como en el análisis de los culturemas o anisomorfismos culturales detectados en los casos objeto de consideración.

La prensa nunca es neutra, como veremos más adelante, y las lenguas y culturas que entran en juego en el proceso de traducción (y, en este caso, la direccionalidad

del proceso de traducción) tendrán mucho que decir en el análisis de casos prácticos propuesto y en la valoración que nos merecen estos casos.

Se pretende, en última instancia, ofrecer un análisis mucho más pormenorizado de la traducción de este tipo de títulos, poniéndolos en relación con otros ámbitos de la traducción, como, por ejemplo, el de los títulos de productos audiovisuales (películas) o el uso extendido de la sinonimia referencial en según qué casos.

La fidelidad al «género» (periodístico, en este caso), como ocurre también, con cierta frecuencia, dentro del ámbito cinematográfico, puede explicar, que no justificar, las «infidelidades» de la traducción. Bueno es conocer qué se hace para salvar estas barreras de comunicación y ser conscientes de las dificultades que encierra la adopción de soluciones en cada caso.

Si conseguimos que el lector de este artículo se cuestione las «soluciones simples» que pudieran derivarse de un acercamiento más superficial o monodisciplinar (lingüístico, por ejemplo) al ámbito periodístico y se ponga a pensar en soluciones alternativas o más complejas (basadas en una lectura interdisciplinar del tema objeto de estudio), el esfuerzo habrá merecido la pena.

## **2. El ámbito periodístico y su traducción: elementos definitorios desde un punto de vista interdisciplinar (lingüístico, cultural y traductológico)**

Desde que Dorothy Kelly presentara su tesis doctoral en 1997, titulada *Prensa e identidad nacional: La imagen de España en la prensa británica*, ha llovido mucho en términos de globalización de la información y de amplificación de los medios de difusión de información en tiempo real y a escala internacional. No obstante, como veremos más adelante, buena parte de los análisis y conclusiones a los que llega esta investigadora siguen teniendo su razón de ser 15 años más tarde.

La prensa, como producto de una determinada sociedad, está imbuida del sistema de valores y de las percepciones que de lo «propio» y de lo «ajeno» se tienen dentro de esa comunidad de hablantes. Es decir, la prensa está condicionada «culturalmente» por una serie de estereotipos que son especialmente visibles cuando se trata de hablar del «otro», del «extranjero». El periodista se limita a alimentar esos «estereotipos», lo que permite, por un lado, reforzar la identidad sobre lo «propio» y mantener la visión de lo «ajeno», en unos términos que no siempre hacen justicia a los cambios tan exacerbados que, dentro de las sociedades contemporáneas, se han producido en las últimas décadas.

Es obvio que la información circula a una velocidad y los «cambios de mentalidad» a otra bien distinta, como veremos más adelante.

En cualquier caso, nuestro objeto de estudio es un par de lenguas específico (inglés-español / español-inglés) y una única dirección de la traducción (de español a inglés), por lo que, en parte, las alusiones al trabajo de investigación llevado a cabo en su día por Kelly habrán de ser matizadas, habida cuenta que, en este caso, no se trata de la «traducción local» que en el Reino Unido se realiza de la realidad ajena (española),

que sería el trabajo de Kelly, sino de la difusión que desde un medio nacional de reconocido prestigio (diario *El País*) se hace de la realidad española mediante la traducción al inglés de resúmenes de noticias publicadas previamente en este diario.

### ***2.1. La inevitable unión entre lengua y cultura: sobre la clasificación de las culturas***

Sin entrar aquí en una discusión de escuelas sobre la relación existente entre lengua y cultura, asumimos que, desde un punto de vista traductológico, siempre se sospecha que un análisis lingüístico de las dificultades de traducción, sin dejar de ser necesario, nunca es suficiente para dar cuenta de todo el proceso de trasvase de información lingüística y cultural de una lengua a otra que se produce en todo acto de translación.

Si bien es cierto que hay un acuerdo generalizado sobre las cualidades que reúne una lengua, que la diferencian de otras, no siempre se acude con tanta facilidad al estudio de las lenguas en función de la cultura (o culturas) a las que representan. A este respecto, nos parece relevante hacernos eco aquí de las propuestas de Lucía Luque (2010: 24-27), quien apoya su relación entre lengua y cultura en la clasificación de las culturas propuestas por Hall (1976), Copeland y Griggs (1986), entre otros.

Por un lado, constatamos que, según la clasificación de Hall (1976), hay que distinguir dos grandes tipos en la clasificación de las culturas (las de contexto máximo y las de contexto mínimo). En palabras de este autor, podemos establecer una distinción en los siguientes términos:

*A high context (HC) communication or message is one in which most of the information is either in the physical context or internalized in the person while very little is in the coded, explicit, transmitted part of the message. A low context (LC) communication is just the opposite: i.e. the mass of information is vested in the explicit code (Hall, 1976: 79).*

Según la clasificación de Copeland y Griggs (1986), inspirada en la distinción de Hall, una posible clasificación de las culturas quedaría como sigue:

#### CULTURAS DE CONTEXTO MÍNIMO

Germano-Suiza / Alemana / Escandinava / Americana

#### POSICIÓN INTERMEDIA

Inglesa / Canadiense-Francesa / Francesa / Italiana / Española

#### CULTURAS DE CONTEXTO MÁXIMO

Mejicana / Griega / Árabe / China / Japonesa

A este respecto, la cultura española (aunque aparece al final de la clasificación que aquí hemos considerado como POSICIÓN INTERMEDIA) está más cerca de las culturas consideradas de contexto máximo, mientras que la cultura inglesa o anglosajona está más cerca del grupo de las culturas consideradas de contexto mínimo. En los ex-

tremos nos encontramos las culturas más representativas de cada grupo: CONTEXTO MÍNIMO (germano-suiza) y CONTEXTO MÁXIMO (japonesa).

Si nos basamos en Luque (2010: 27), las culturas de contexto mínimo se caracterizarían, entre otras cosas, por el uso de un estilo directo de lenguaje. Este viene definido por una serie de preferencias de los hablantes tales como:

- Ser más directo al hablar y preocuparse menos sobre cómo se dice algo.
- Enfrentarse abiertamente con temas problemáticos o dificultades.
- Transmitir las cuestiones que preocupan directamente.
- Entrar en conflicto cuando es necesario.
- Expresar puntos de vista y opiniones de manera franca.
- Decir las cosas claramente, no dejando espacio para una interpretación libre

Siguiendo este mismo estudio de Luque (2010: 27-28), aplicado en esta ocasión a las culturas de contexto máximo, éstas se caracterizarían, entre otras cosas por el uso de un estilo indirecto del lenguaje. Éste viene definido por una serie de preferencias de los hablantes tales como:

- Se dirige la atención no solo sobre lo que se dice, sino en cómo se dice.
- Se evitan discretamente las cuestiones comprometidas o polémicas.
- Se expresan con tacto los asuntos que preocupan.
- Se evita el conflicto en la medida de lo posible.
- Se cuenta con el oyente para interpretar correctamente el significado.

## ***2.2. La transmisión de «valores» y «estereotipos culturales» en la información periodística***

Si tomamos como punto de partida la investigación de Kelly (1997, 2005), el papel del periodista no es un papel de mero transmisor de información, sino que éste se ve condicionado por todo un universo de valores y estereotipos culturales que se ve reflejado en sus producciones textuales.

Kelly (2005: 14) apoya estas afirmaciones en autores como Van Dijk (1988):

Journalists participate in news encounters and write news articles as social members. This fact also affects their knowledge, beliefs, attitudes, goals, plans, or ideologies, all of which are also partly shared by a professional or wider social group. (Van Dijk, 1988a: 99)

A esta visión sesgada del periodista, hay que unir la «selección previa de información» que va a ser objeto de consideración. No todo lo que es relevante en un contexto nacional específico (España, en este caso) salta las fronteras con la misma facilidad, ni es objeto del mismo tipo de consideración.

Si importante resulta el papel del periodista en este proceso de construcción de «estereotipos» sobre lo ajeno, no menos relevante es el papel desempeñado por la propia dirección de un periódico o medio de difusión de información, tal y como nos propone Fowler:

A newspaper assumes that there is always only one reasonable point of view on any matter presented. Editorials visibly *affirm* this point of view; the news and other pages are written to assume that this point of view is natural, common sense, to be taken for granted, not needing to be asserted. (Fowler, 1991: 231)

De nuevo recurrimos al estudio de Kelly (2005: 16-17), para ilustrar estas afirmaciones de Fowler:

Vimos en nuestro análisis de contenido del corpus que existen unas pautas bastante claras en cuanto a lo que se considera noticiable de España y lo que no. España es un país de interés más bien cultural y deportivo, que se considera poco noticiable en sus vertientes política y económica, a no ser que intervengan actores británicos en las noticias, lo que sería indicio del lugar que se le concede a España en el mundo durante el período del corpus.

La alusión a estereotipos culturales es obvia. Según Kelly (2005: 9):

Entre ellos encontramos los estereotipos tradicionalmente relacionados con España o con lo latino en general: ineficacia, fiesta, atraso, pasión, junto con la España del flamenco, de los toros y de la Iglesia católica.

Por otro lado, persiste una idea «inamovible» de lo español, como se desprende de las siguientes afirmaciones (Kelly, 2005: 14):

Persiste la idea de España como país ineficaz, atrasado, folclórico; es un país importante sólo por su cultura y por su deporte, y por ser uno de los destinos turísticos predilectos de los británicos.

Por último, recurriendo a algunas conclusiones del estudio realizado por Kelly (2005: 6), es obvio que los «temas» que se escogen como representativos de un determinado país y de su vida cultural y social, condicionan, y mucho, la visión que de ese país se genera fuera de sus fronteras.

A este respecto, Kelly (2005: 6), se expresa en los siguientes términos:

Constatamos, sobre todo, una gran concentración del interés en temas considerados «blandos», culturales, deportivos, turísticos, por encima de lo «duro» (política, economía, etc.), lo que llevaría a una imagen de España como país poco importante en el escenario

político y económico internacional. De hecho, los resultados que tenemos disfrazan en cierto sentido el hecho de que los temas de finanzas y economía, que parecen estar bastante bien representados, se concentren fundamentalmente en dos títulos especializados, como son el *Financial Times* y el *Economist*, lo que significa que de hecho existe más bien poca atención a estos temas en la prensa general.

Independientemente del grado de vigencia de los datos obtenidos por Kelly en 1997 en su estudio sobre la imagen de España en el Reino Unido, opinamos que siguen siendo muy pertinentes y de plena actualidad los criterios que se manejan en la valoración de la «comunicación intercultural» y en la difusión de «estereotipos» en la prensa cuando se trata de hablar de lo ajeno.

### ***2.3. La percepción traductológica de la información periodística***

Si nos adentráramos en el estudio de la traducción periodística como ámbito específico (o especializado) de la traducción, tendríamos que recurrir, entre otras, a la obra de Hernández Guerrero (2009), quien caracteriza este ámbito de la traducción, estableciendo una distinción entre géneros textuales (noticias, crónicas, secciones nacionales e internacionales) y entre modalidades de producción textual y «traducción» (traducción fragmentada, reescritura, transedición).

Nuestro objeto de estudio no es, en este caso, la traducción periodística, entendida en su conjunto, sino únicamente el tratamiento que los «titulares de prensa» reciben en su traducción al inglés. A este respecto, tanto la monografía de Hernández Guerrero (2009), como la obra colectiva editada por Cortés Zaborras y Hernández Guerrero (2004), que sí dan cuenta de otros muchos aspectos de la traducción periodística, no dedican su atención preferente al tratamiento de los «títulos» o «titulares», por lo que sus aportaciones, aunque muy valiosas desde un punto de vista contextual, nos alejarían mucho de las pretensiones marcadas para este artículo.

Mucho más cercano a nuestros intereses es el artículo de Reque de Coulon (2002) publicado en la revista *Hermeneus* y que lleva por título: «Análisis de estrategias y procedimientos de traducción utilizados en los títulos de la versión española de *Le Monde Diplomatique*».

Hay, sin embargo, varias diferencias notables entre el estudio de Reque de Coulon y el que aquí proponemos, a pesar de las similitudes en la formulación del título de ambos artículos:

1. La primera y más evidente tiene que ver con el par de lenguas objeto de estudio. En el caso de Coulon el par de lenguas es francés-español; en nuestro caso, inglés-español.
2. La segunda diferencia radica en la direccionalidad del proceso de traducción. En el caso de Reque de Coulon se trata de analizar la traducción del francés al español de los títulos de la versión española de *Le Monde Diplomatique*. En nuestro caso,

se trata de analizar la traducción del español al inglés de los títulos de la versión en inglés de *El País*.

3. Sin embargo, los parecidos de familia finalizan cuando prestamos atención al enfoque adoptado en ambos casos. En su propuesta, Reque de Coulon (2002) utiliza un enfoque eminentemente lingüístico en la valoración de los procedimientos y estrategias de traducción, basando su análisis en las categorías propuestas por Vinay-Dalbernet, desde un punto de vista comparatista, y en las revisiones que de éstas hacen otros traductólogos contemporáneos, como Delisle, Ladmiral, Tricàs o Newmark. En nuestro caso, sin embargo, el enfoque es intencionadamente interdisciplinar y pretende superar el binomio «lingüístico-extralingüístico» utilizado por Reque de Coulon en su análisis de los títulos objeto de traducción.
4. Por otro lado, en nuestro análisis buscamos establecer una comparación con otros ámbitos de difusión de información en los que la traducción de «títulos» resulta relevante. Nos referimos en concreto al tratamiento que de la traducción de los «nombres propios» hacen autores como Lozano Miralles (2001), Moya (2000) o Franco (2000), y al papel que los «títulos», tratados en muchos casos como «nombres propios», desempeñan en el proceso de traducción de textos literarios y/o audiovisuales.

#### ***2.4. La traducción de títulos de películas según la propuesta de Moya (2002)***

Los títulos de películas y los titulares de noticias presentan, desde un punto de vista traductológico, unos parecidos de familia innegables si nos centramos en el análisis de las estrategias utilizadas en su traducción.

En el caso que nos ocupa, vamos a centrar nuestra atención en la propuesta de categorización que de éstos realiza Virgilio Moya (2000: 147-160).

Por un lado, Moya (2000: 147-148) propone, tras analizar infinidad de títulos fílmicos traducidos (y sus correspondientes originales), la siguiente clasificación de rasgos generales:

- 1º. Los títulos de películas están traducidos libremente en la mayoría de los casos.
- 2º. Parecen salidos de la más genuina pluma española, es decir, han sufrido un proceso de «naturalización» en la traducción del inglés o del francés al español.
- 3º. El argumento es básico:

El primer factor que el traductor (o el equipo de traductores) tiene en cuenta para rebautizar un filme es, obviamente, su argumento, y a las pruebas nos remitimos: la mayoría de los títulos mencionados aquí se han puesto motivados por el tema de la película (Moya 2000:148).

- 4º. Enfatizan la función operativa. En palabras de Moya (2000: 148):

«Lo que pretenden, finalmente, los traductores de títulos fílmicos es atraer la atención o el interés de los espectadores, o lo que es lo mismo, resaltar la función operativa».

Esta importancia de la función operativa en la traducción de títulos de películas, Moya la explica en los siguientes términos (2000: 149):

...Es justo señalar que el título puede incrementar el número de espectadores, algo siempre difícil de medir, porque quién sabe si la película no rendiría lo mismo con otro título (...) Cuántos lectores no habrán dejado de leer *El Rodaballo* (Günther Grass) por el título, o *Coños* por su explícita vulgaridad, y cuántos espectadores no se habrán perdido las películas de Bigas Luna (*Jamón, Jamón; La teta y la luna*), por lo mismo, o un filme llamado *¡Vacas!*

Los parecidos de familia con el ámbito de los titulares de prensa parecen innegables. No obstante, sin hacer un estudio de campo no podemos afirmar hasta qué punto se asemejan los títulos de películas a los títulos de prensa traducidos.

En cuanto a las estrategias utilizadas en la traducción de títulos de películas al español, Moya propone la siguiente categorización:

ESTRATEGIAS DE TRADUCCIÓN	EJEMPLOS
ESTRATEGIA Nº 1. EL DESDISTANCIAMIENTO CULTURAL Se acerca el título al «mundo cultural» del espectador potencial en lengua meta. Se sigue así la teoría funcional de la traducción de Nord y, en cierta medida, la teoría del <i>skopos</i> de Vermeer y Reiss (Moya, 2000: 150).	<i>Butch Cassidy and the Sundance Kid</i> (1969) Trad. <i>Dos hombres y un destino</i>
ESTRATEGIA Nº 2. LA EXPLICITUD DE DATOS REFERENCIALES O DESCRIPTIVOS Se pueden conseguir con la creación de un título completamente nuevo que sintetice el tema de la obra (Moya, 2000: 151).	<i>Beau-père</i> (1981) Trad. <i>Tú me hiciste mujer</i>
ESTRATEGIA Nº 3. EL USO DE PALABRAS CLAVE QUE HAGAN IDENTIFICAR EL GÉNERO AL QUE PERTENECE LA PELÍCULA POR SU TÍTULO (Moya, 2000: 152)	Thrillers: <i>Good night sweet wife</i> (1990) Trad. <i>Asesinato en Boston</i>
ESTRATEGIA Nº 4. LA ANALOGÍA CON TÍTULOS QUE EN EL PASADO FUERON UN ÉXITO DE PÚBLICO (Moya, 2000: 153)	<i>A Business Affair</i> (1994) Trad. <i>Astucias de mujer</i> (por Armas de Mujer)
ESTRATEGIA Nº 5. LA ELEVACIÓN DEL ESTILO EN ESPAÑOL (Moya, 2000: 153-154)	<i>Die hard</i> (1987) Trad. <i>Hoguera de odios</i>
ESTRATEGIA Nº 6. LA HIPERBOLIZACIÓN (Moya, 2000: 154)	<i>Serenade</i> (1956) Trad. <i>Dos pasiones y un amor</i>
ESTRATEGIA Nº 7. EL CÓDIGO POÉTICO EN ESPAÑOL Y EL USO DE RIMAS INTERNAS EN LA TRADUCCIÓN (Moya, 2000, 154-155)	<i>Moon over parador</i> (1988) Trad. <i>Presidente por accidente</i>
ESTRATEGIA Nº 8. LA UTILIZACIÓN DE PROVERBIOS Y FRASES HECHAS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TÍTULO TRADUCIDO (Moya, 2000: 155)	<i>Great Georgia bank boax</i> (1977) Trad. <i>Quien roba a un ladrón</i>

(Cont.)

ESTRATEGIAS DE TRADUCCIÓN	EJEMPLOS
ESTRATEGIA Nº 9. LOS PUNTOS SUSPENSIVOS COMO INSTRUMENTO EFECTISTA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TÍTULO TRADUCIDO (Moya, 2000: 155)	Parenthood (1989) Trad. Dulce hogar ...a veces
ESTRATEGIA Nº 10. LA UTILIZACIÓN DEL NOMBRE DE UN ACTOR O UNA ACTRIZ PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DEL ESPECTADOR	<i>Laughing Gas</i> Trad. <i>Charlot, falso dentista</i>
ESTRATEGIA Nº 11. EL GRADO 0 DE TRADUCCIÓN (Moya, 2000: 159)	<i>Pulp Fiction</i> (1994) Trad. <i>Pulp Fiction</i>
ESTRATEGIA Nº 12. EL GRADO 0 DE TRADUCCIÓN EN EL TÍTULO Y LA ADICIÓN DE UN SUBTÍTULO EN ESPAÑOL (Moya, 2000: 158)	<i>Candyman</i> (1992) Trad. <i>Candyman (el dominio de la mente)</i>
ESTRATEGIA Nº 13. LA TRADUCCIÓN LITERAL (Moya, 2000: 157)	<i>Friday the 13th</i> (1980) Trad. <i>Viernes 13</i>

### 2.5. La sinonimia referencial y los anisomorfismos culturales en la traducción general y especializada

Tanto la sinonimia referencial como la presencia de anisomorfismos culturales en la traducción de títulos plantean un problema al traductor, ya sea en el ámbito periodístico, en el literario o en el audiovisual.

En el caso de los «sinónimos referenciales», el traductor tiene que ser capaz de identificarlos y decidir cuál de ellos utiliza en el proceso de traducción. Veamos algunos ejemplos extraídos del anexo propuesto en su obra por Virgilio Moya (2000, 199-213):

Referencia geográfica, cultural o simbólica	Sinónimo referencial
Roma	Ciudad eterna
Chipre	La isla de Afrodita
Wall Street	La bolsa de Nueva York
La Casa Blanca	El Gobierno de EEUU o la Presidencia de EEUU
El tío Sam	El Gobierno de EEUU
El Kremlin	El Gobierno ruso
El Muro de Berlín	El Muro de la vergüenza

En cuanto a los anisomorfismos culturales (realidades culturales inexistentes en la cultura meta), el traductor habrá de decidir durante el proceso de traducción si son «exportables» a la lengua meta o no. En caso de tener que reemplazarlos por cualquier otro elemento, una de las técnicas o estrategias de traducción más habituales es la traducción explicativa. Veamos algunos ejemplos extraídos de la traducción de la Crónica de Jurisprudencia del Tribunal Supremo al inglés (realizada por Ortega, Martínez *et al.* en 2006: 385-393):

ONCE (Organización Nacional de Ciegos de España) – Trad. Spanish National Organization of the Blind

IMSALUD (Instituto Madrileño de Salud) – Trad. Health Institute of the autonomous region of Madrid

### **3. Análisis de los títulos de prensa desde un punto de vista lingüístico, cultural y traductológico**

La elaboración de los títulos es una de las tareas más complejas de la redacción periodística. Un título de prensa o titular debe cumplir una doble función: por un lado, debe resumir el contenido de la noticia o, al menos, la parte más importante de ella, y, a la vez, procurar captar la atención del lector.

El autor del titular de una noticia tiene por delante una tarea que incluye, entre otros, los siguientes aspectos:

1. Una labor de síntesis de la noticia elaborada, que le llevará a condensar lo más relevante de esta noticia en pocas palabras o frases para construir «el titular».
2. Una labor de identificación con el lector potencial de la noticia, para llamar su atención. Para ello hará uso de planteamientos ideológicos acordes con la línea editorial del periódico y de todo el bagaje lingüístico y cultural compartido con su futuro lector.
3. Un uso de recursos lingüístico-discursivos que permitan una elaboración correcta del titular, respetando, por un lado, la coherencia entre «titular» y «contenido» y, por otro, dejar patente, de forma directa o indirecta, el enfoque o visión que caracterizan al periódico en el que aparece la noticia.

Por tanto, si tuviéramos que proceder a la traducción de estos titulares a otra lengua, no sólo nos encontramos con un problema de tipo lingüístico o discursivo, sino que, en la mayoría de los casos, nuestra atención prioritaria habrá de centrarse en la dimensión «metalingüística» (Vázquez Áyora, 1977: 396), las referencias culturales (Tricàs, 1995: 118) o la dimensión estilística (Vinay-Darbelnet, 1958: 169) del título o texto objeto de traducción.

Es por ello que, para dar cuenta de este tipo de traducción, propongamos que se recurra a un acercamiento interdisciplinar al objeto de estudio, en el que no sólo se incluya la dimensión lingüístico-discursiva, la más estudiada dentro de la Lingüística Aplicada, sino también los elementos culturales y los procedimientos o estrategias propuestos desde el ámbito de la Traductología para abordar la práctica de la traducción de este tipo de textos.

#### ***3.1. El título de prensa como elemento de la noticia periodística***

Sin entrar en la distinción sobre los distintos tipos de titulares (informativos, apelativos, expresivos, temáticos, etc.) o a qué tipo de texto acompañen (noticia, crónica, reportaje, etc.), debemos apuntar que existe una clara diferencia entre las técnicas de titulación en inglés y en español.

Si nos centramos, por ejemplo, en la noticia, una rápida ojeada a cualquier rotativo inglés y su posterior comparación con la prensa española pone de manifiesto

la primera y más notable diferencia, el título de prensa en inglés es, por regla general, mucho más breve. Esta cuestión, que podría parecer en principio baladí, no lo es tanto en un contexto en el que el espacio disponible suele estar fuertemente limitado.

Por otra parte, la brevedad de los titulares en lengua inglesa no responde únicamente a un problema espacial, sino que es producto de los recursos que la propia lengua utiliza en la elaboración de sus titulares, recursos éstos que, en la mayoría de las ocasiones, el español no comparte.

Así, desde el punto de vista del trasvase lingüístico, la traducción de los títulos de prensa entre el español y el inglés (independientemente de la dirección del proceso translativo), plantea dificultades añadidas a los problemas presentes en la práctica de la traducción. Las diferencias idiosincráticas entre las lenguas y culturas en contacto explica en buena medida la presencia de estas dificultades.

### ***3.2. Procedimientos y estrategias para la traducción de títulos de prensa***

El principal problema al que nos enfrentamos al hablar de procedimientos y estrategias de traducción es la polisemia de estos términos dentro de la traductología contemporánea.

Si entrásemos en una delimitación de escuelas, nos alejaríamos del objeto de estudio en este artículo, que no es teórico sino aplicado a un ámbito específico de la traducción (el ámbito periodístico) y a un elemento esencial en la traducción periodística: el tratamiento que reciben los títulos o titulares de prensa en el proceso de traducción.

A este respecto, hemos optado por recurrir a la delimitación conceptual y terminológica efectuada por Hurtado Albir (2001: 264, 266-267), en la que hace la siguiente distinción entre *método*, *estrategias* y *técnicas* de traducción:

Cada una de las soluciones por las que opta el traductor en el momento de traducir un texto responde a una opción global que recorre todo el texto (el método traductor) y que se rige por la finalidad de la traducción; pero existen también otras opciones que afectan a micro-unidades textuales (...) El traductor puede encontrarse con problemas a la hora de recorrer el proceso traductor, bien por tratarse de una unidad problemática, bien por tener alguna deficiencia en alguna habilidad o conocimiento; se ponen en juego entonces las estrategias traductoras. Las estrategias allanan el camino para encontrar la solución justa a una unidad de traducción; en la solución se plasmará una técnica en particular. Estrategias y técnicas ocupan, pues, espacios diferentes en la resolución de problemas: las primeras se refieren al proceso, las segundas afectan al resultado.

En línea con esta clasificación de Hurtado, recurrimos a la clasificación de técnicas de traducción propuesta por esta traductóloga: adaptación, ampliación lingüística, amplificación, calco, compensación, comprensión lingüística, creación discursiva, descripción, elisión, equivalente acuñado, generalización, modulación, particularización, préstamo, sustitución, traducción literal, transposición y variación<sup>1</sup>.

No obviamos aquí las aportaciones de autores como Vinay y Dalbernet (1958), Nida (1964), Vázquez Áyora (1977), Newmark (1988), Chesterman (1988) o Delisle (1993, 1999), y las diferencias existentes entre las distintas categorizaciones propuestas por estos autores. Sin embargo, a efectos prácticos, entendemos que resulta más útil recurrir a una propuesta integradora como la de Hurtado y dejar para mejor ocasión el estudio de las distintas percepciones que sobre los términos «técnica», «procedimiento» y «estrategia» de traducción tienen diferentes escuelas o enfoques traductológicos.

No cabe duda de que, en lo que a terminología y clasificación se refiere, existe una confusión generalizada de los procedimientos traductológicos, que, como muy bien apunta Hurtado Albir (2001: 264), tiene su origen en dos cuestiones fundamentales:

- 1) La confusión entre mecanismos procesuales y mecanismos que atañen al resultado.
- 2) La confusión entre fenómenos propios de la comparación de lenguas y fenómenos de índole textual.

Damos por válida, por tanto, la distinción establecida por Hurtado y a ella nos remitiremos en el estudio de casos prácticos que constituye la segunda parte de este artículo.

### ***3.3. Caracterización del titular de prensa (en inglés y en español) desde un punto de vista lingüístico y traductológico***

Como apuntábamos en la introducción, la naturaleza de los títulos periodísticos o titulares de prensa es muy peculiar. Un titular debe contener la parte más importante de la noticia y conseguir al mismo tiempo, con una fuerte limitación espacial, captar la atención del lector. Tal y como aparece definido en el libro de estilo de *El País*, el titular «constituye el principal elemento de una información» y «sirve para centrar la atención del lector e imponerle su contenido»<sup>2</sup>.

Esta definición casa perfectamente con la que nos ofrece Van Dijk (1989), quien sugiere que un titular, además de anticipar el contenido esencial de una noticia, constituye una superestructura textual que sugiere de qué modo debe leerse esa noticia. A través de los titulares, los rotativos nos presentan su planteamiento ideológico y, en muchas ocasiones, su estatus.

Alarcos Llorac (1977), por su parte, define el título como «un extracto o resumen u otra manifestación lingüística más amplia y circunstanciada a la que aluden concretamente y que está físicamente contigua». Pero es la definición de Steel (1971) la que nos resulta más atractiva porque para él la titulación constituye «la forma periodística por antonomasia»<sup>3</sup> y es en ella donde mejor se manifiesta esa sintaxis distintiva de la prensa: rotunda y dotada de una acusada economía gramatical.

Es preciso destacar que cada lengua tiene unas convenciones particulares y utiliza unos recursos expresivos que le son propios, motivo por el cual la traducción de títulos de prensa constituye, dentro de la traducción periodística, un área especialmente

problemática. Si además centramos nuestra atención en el par de lenguas inglés-español, las diferencias lingüísticas y culturales plantean una problemática específica de la que nos haremos eco en el análisis de casos prácticos.

Para Vinay y Darbelnet (1958), la traducción de títulos periodísticos está sometida a una serie de convenciones estilísticas que vienen determinadas por la función de los mismos: el título debe sorprender al lector y economizar espacio, debe intentar transmitir el máximo de información utilizando el menor número posible de caracteres.

Vázquez-Ayora (1977: 396) afirma que el título «debe abarcar todo el universo semántico de la obra y su rasgo impactante (...), depende de razones metalingüísticas más que de consideraciones lingüísticas», motivo por el cual su traducción solamente puede llevarse a cabo utilizando métodos de adaptación, equivalencia y modulación.

Newmark (1988) establece una distinción entre títulos descriptivos y títulos alusivos y sobre estos últimos hace hincapié en la libertad que debe otorgársele al traductor para volcar el contenido de los mismos en la lengua término.

A la hora de establecer las características más destacadas de los títulos de prensa en castellano, debemos recordar que la propia naturaleza del lenguaje periodístico está también presente en la elaboración de los títulos. El lenguaje periodístico está en estrecho contacto con las novedades y las nuevas tecnologías, en relación constante con otro tipo de textos (económicos, políticos, científicos, judiciales, etc.) y en contacto permanente con diferentes lenguas extranjeras, lo que contribuye a la utilización extendida de determinados rasgos estilísticos que González Serna (2010: 25-27) ha clasificado del siguiente modo:

<b>Rasgos morfosintácticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Propensión al alargamiento de las oraciones mediante diferentes mecanismos: perífrasis, aposiciones, incisos, frases explicativas, locuciones adverbiales, preposicionales y conjuntivas.</li> <li>b. Abundancia de la voz pasiva.</li> <li>c. Tendencia a colocar el sujeto al final.</li> <li>d. Mezcla del estilo directo e indirecto.</li> <li>e. Empleo de barbarismos, sobre todo, anglicismos y galicismos:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- A + infinitivo en función de adyacente de un sustantivo: <i>areas a cumplir</i>.</li> <li>- Perífrasis estar + siendo + participio: <i>están siendo analizadas las propuestas</i>.</li> <li>- Supresión de preposiciones: <i>Administración Clinton</i>.</li> <li>- Condicional con valor de posibilidad: <i>Los sindicatos habrían manifestado su disposición</i>.</li> </ul> </li> </ul>
<b>Rasgos léxicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Extranjerismos, sobre todo anglicismos: <i>reality show, airbag, top model</i>, etc.</li> <li>b. Calcos semánticos: <i>créditos</i> (del inglés <i>credit</i>) en lugar de rútilos o firmas.</li> <li>c. Uso de siglas y acrónimos: <i>OTAN, UEO, sida</i>.</li> <li>d. Eufemismos: <i>hostilidades</i> en vez de guerra, <i>incursiones aéreas</i> en lugar de bombardeos, <i>efectos colaterales</i> por matanzas indiscriminadas.</li> <li>e. Formación de nuevas palabras por derivación (balseros, faxear) y por composición (videoconferencia, telebasura).</li> </ul>
<b>Rasgos retóricos</b>	<p>En los textos periodísticos es frecuente encontrar todo tipo de figuras retóricas. Las más corrientes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Metáforas: <i>La guerra de los cargos públicos, la cumbre sobre el empleo</i>.</li> <li>b. Metonimias: <i>California prohíbe fumar en los bares</i>.</li> <li>c. Personificaciones: <i>El buen comportamiento de los precios</i>.</li> <li>d. Hipérbolos: <i>Toda España se volcó con la Selección</i>.</li> </ul>

Centrándose más específicamente en la elaboración de los titulares, este mismo autor nos ofrece un compendio de algunas de las características presentes en los títulos de prensa en castellano:

- Uso preferente de verbos en presente de indicativo.
- Elisión de los verbos ser, estar o cualquier otro de fácil omisión.
- Supresión del verbo *dicendi* para introducir el estilo directo.
- Supresión de artículos y de otros determinantes.
- Uso preferente de la modalidad oracional enunciativa.
- Anteposición del complemento circunstancial de lugar.
- Uso extendido del estilo nominal.
- Limitación de la puntuación a la coma y los dos puntos.

Una vez revisadas las características y los rasgos estilísticos del lenguaje periodístico en castellano, se hace necesario establecer una distinción entre los distintos tipos de titulares. Esta distinción se realiza en función de cuál es el constituyente nuclear del titular y nos permite distinguir así entre:

- a) Títulos verbales (*El gobierno ocultó siete años un estudio de los tóxicos en el pescado*)
- b) Títulos nominales (*Colapso en la NBA*)
- c) Títulos adverbiales (*Sin marido y sin presidencia*)<sup>4</sup>.

Los títulos de prensa en inglés presentan características aún más peculiares que en castellano, porque además de presentar diferencias dependiendo del tipo de publicación en la que aparezcan hacen un uso muy extenso de lo que se denomina *block language* que Quirk *et al.* definen del siguiente modo:

There is a whole realm of usage where, because of its rudimentary communicative role, language is structured in terms of single words or phrases, rather than in terms of the more highly organized units<sup>5</sup>.

Estos autores también tipifican, utilizando ejemplos, las organizaciones sintácticas más características de los títulos de prensa, al tiempo que nos ofrecen algunos de los esquemas sintácticos más empleados:

On a slightly higher communicative level, block language (especially in newspapers headlines) develops its own abbreviated clause structures:

- (1) *Film-star marries ex-priest* (S V Od)
- (2) *Election a landslide for socialists* (S Cs)
- (3) *Nixon to meet Asian premiers* (S V Od)
- (4) *Share prices higher than ever* (S A Cs)
- (5) *Jacklin beaten by Bonallack* (S V A)
- (6) *Chances of Middle-East peace improving* (S V)

These differ from orthodox clause in omitting closed-category words of low information value, such as the articles and the finite forms of the verb BE (...). Obviously the purpose of the omissions is to reduce the length of the message to the smallest number of words compatible with comprehensibility.<sup>6</sup>

Pasaremos por alto la clara distinción que existe en los títulos de prensa dependiendo del tipo de periódico en el que aparecen publicados. Baste señalar, a modo de ejemplo, que si el periódico pertenece al grupo de los llamados *tabloids*, se utilizará un lenguaje mucho más efectista y se recurrirá, de manera generalizada, al uso de exclamaciones, interrogaciones, juegos de palabras y rimas, cuya presencia es mucho menos frecuente en los periódicos englobados dentro del grupo de los llamados *broadsheets*. Entendemos que el rotativo objeto de nuestro estudio, *El País*, pertenece a este último grupo, motivo por el cual no creemos pertinente extendernos aquí en esta cuestión.

Para completar estas breves reflexiones sobre la naturaleza específica del lenguaje utilizado en la elaboración de titulares en lengua inglesa revisaremos brevemente las aportaciones de Michael Swan.

Swan afirma que, a veces, los títulos de prensa en inglés son muy difíciles de entender porque utilizan un estilo propio, que se aleja bastante del inglés general:

The headlines in English-language newspapers can be very difficult to understand. One reason for this is that newspaper headlines are often written in a special style, which is very different from ordinary English.<sup>7</sup>

Asimismo, nos ofrece una enumeración bastante completa de los recursos sintácticos empleados en los titulares, entre los que destaca los siguientes:

<b>Recursos sintácticos utilizados en los titulares</b>	<b>Ejemplos</b>
a) El uso de grupos nominales en lugar de oraciones completas.	<i>More wage cuts, Holiday hotel death</i>
b) La utilización de largas premodificaciones nominales.	<i>Furniture factory pay cut row</i>
c) La eliminación de determinantes y la elisión del verbo <i>be</i> .	<i>Shakespeare play immoral, says headmaster; Woman walks on moon</i>
d) La tendencia al uso de formas verbales simples en detrimento de las formas progresivas o perfectivas y el uso del presente para referirse al pasado.	<i>Blind girl climbs Everest, Students fight for course changes</i>
e) El uso del presente continuo, con la omisión del verbo <i>be</i> para referirse especialmente a situaciones de cambio.	<i>Trade figures improving</i>
f) El uso del mismo término como nombre y como verbo, lo que, a veces, dificulta la identificación de la estructura sintáctica de la frase.	<i>US cuts aid to the third world, Aid cuts row, Cuts aid rebels</i>

(Cont.)

Recursos sintácticos utilizados en los titulares	Ejemplos
g) El empleo de infinitivos con valor de futuro.	<i>PM to visit Australia, Hospitals to take fewer patients</i>
h) El uso de la preposición <i>for</i> para indicar planes o acciones futuras.	<i>Troops for Glasgow?</i>
i) La supresión de los auxiliares en las estructuras en voz pasiva.	<i>Murder hunt: man held, Six killed in explosion</i>
j) El uso de signos de puntuación con una función diferente a la habitual, como por ejemplo la utilización de los dos puntos para separar el objeto central de la noticia de los que se dice de él.	<i>Strikes: MP to act, motorway crash: death toll rises</i>
k) O el uso del signo de interrogación en inglés para indicar incertidumbre respecto a la veracidad de lo expresado por el titular	<i>Crisis over by September?</i>

Pero además, Swan nos presenta una amplia lista de términos que se utilizan habitualmente en la elaboración de titulares en la prensa inglesa, y que, sin embargo, no son de uso frecuente en inglés. La utilización de estos términos normalmente se produce bien porque son cortos y suponen un ahorro de caracteres en una situación en la que la limitación espacial es un imperativo (por ejemplo, utilizar *curb* para referirse a la acción de restringir o a una restricción, en lugar de *restrict* o *restriction*) o bien porque son palabras tremendamente efectistas y con un gran valor en un contexto cuya función principal es captar la atención del lector (por ejemplo, utilizar el término *blaze* siempre que haya que referirse a un fuego).<sup>8</sup>

Una vez enumeradas las características morfosintácticas de los títulos de prensa de cada una de las lenguas objeto de nuestro estudio, pasaremos a analizar las técnicas y procedimientos de traducción empleados en la traducción de títulos de prensa del español al inglés, incluyendo no sólo el análisis de los elementos lingüísticos sino también del componente cultural inherente a las preferencias lingüísticas presentes en los citados títulos o titulares.

#### 4. Análisis de casos prácticos

Para la realización de este estudio y la extracción de ejemplos hemos utilizado como corpus de referencia la versión en inglés de la edición digital de *El País* del día 12 de mayo de 2011.

Como comentario general, diremos que la edición digital en inglés suele constar de la recopilación de artículos de temáticas diversas, publicados con anterioridad en este diario en su edición impresa o digital, los cuales se presentan ahora en una versión resumida. Estos artículos resumidos suelen elaborarse eliminando varios de los párrafos del artículo original en español y traduciendo solamente aquellos que se consideran más relevantes desde el punto de vista del contenido de la noticia.

Desde el punto de vista traductológico, prácticamente en todos los artículos se han aplicado técnicas de comprensión lingüística, que vienen determinadas bien por el cambio de medio o bien por un cambio en la naturaleza de la noticia. El cambio de medio se produce como consecuencia del traslado de la noticia de una edición impresa a una edición digital, que normalmente tiende a ser más breve en la exposición de los temas. El cambio de naturaleza, que sólo se produce en ocasiones, se debe a la modificación del «destinatario» de la información periodística, que pasa de ser una información nacional dirigida a hispanohablantes a convertirse en una información nacional que se internacionaliza para permitir el acceso a la información a lectores «anglohablantes», no tan familiarizados con la realidad nacional o ajenos a ella, lo que explica, en buena medida, algunas de las estrategias de traducción adoptadas, como veremos más adelante.

En definitiva, podríamos definir *El País.com in English* como un compendio de artículos breves que ofrecen contenidos de carácter fundamentalmente nacional o local, en lengua inglesa, basados, por lo general, en artículos más extensos publicados previamente en español (en edición impresa o digital).

Veamos, a continuación, algunos ejemplos y sus traducciones, tomando como referencia, en este caso, los títulos que encabezan esos artículos.

#### **4.1. Análisis de títulos**

##### **Ejemplo 1**

DOS TERREMOTOS SACUDEN LORCA Y CAUSAN OCHO MUERTOS  
TWO EARTHQUAKES LEAVE SEVEN DEAD IN MURCIA

En la versión en inglés se opta por utilizar una estructura clausal del tipo (S V O<sub>d</sub>) mucho más frecuente en inglés que la estructura coordinativa que utiliza el castellano. Asimismo, se sustituye la localidad concreta, Lorca, por la provincia a la pertenece, Murcia, en lo que podríamos interpretar, desde el punto de vista traductológico, como una generalización, con la finalidad de facilitarle al lector extranjero la ubicación del *dónde* de la noticia.

Si se quiere, aunque Lorca y Murcia no son equivalentes entre sí, se ha buscado una sinonimia referencial que permita al lector anglófono identificar la zona geográfica en la que se produce la noticia que es tratada en este artículo de prensa.

Resulta llamativa, sin embargo, la diferencia entre las cifras de los fallecidos, ocho en la versión del artículo en castellano y siete en la versión en inglés<sup>9</sup>.

Destaca, por último, siguiendo la distinción entre *HC culture* y *LC culture*, el uso de un lenguaje más directo en inglés que en español.

### Ejemplo 2

RAJOY: «LA CRISIS GRIEGA AFECTA A ESPAÑA, ES MUY PREOCUPANTE»  
 GREEK CRISIS COMES TO FORE IN SPAIN'S ELECTIONS

En la versión en inglés se prescinde del nombre del emisor de un mensaje que se recoge de manera literal, y entre comillas, en el titular en castellano. Desde el punto de vista traductológico, se ha procedido a una generalización del contenido de la noticia, aplicando también una modulación, ya que se realiza un cambio del punto de vista y del enfoque de la noticia. Aunque se mantiene el contenido principal del mensaje (el hecho de que la crisis griega ha pasado a primer plano en las elecciones españolas), se prescinde de plasmar el acto de habla concreto (las palabras pronunciadas por Rajoy) del que se puede deducir dicha información.

Es indudable el uso de una estrategia de naturalización. Se entiende que para el lector anglófono, que posiblemente no conozca quién es Rajoy (aunque después se explicita en el contenido de la noticia), resulta más llamativo el título saber que la Crisis Griega puede afectar a las elecciones en España que llegar a conocer quién es el emisor de la noticia.

### Ejemplo 3

«COMPRÉ POR TRES MILLONES A MI HIJO Y MURIÓ. FUE UN CASTIGO»  
 «I BOUGHT MY SON, AND HE DIED; IT WAS A DIVINE PUNISHMENT»

Estos dos títulos son prácticamente equivalentes, en ambos se mantiene el estilo directo y estaríamos prácticamente ante una traducción literal, si no fuera porque en la segunda oración se recurre a una amplificación. Probablemente, para un lector español, inmerso en la cultura católica, la referencia a 'castigo' evoca instantáneamente el concepto de 'castigo divino', algo que no le sucedería a un lector no inmerso en ese contexto, motivo por el cual se produce en inglés la amplificación.

Por otra parte, en la versión inglesa se ha procedido a la elisión del precio de la compra, lo que se podría justificar por el hecho de que mientras que la prensa española lleva meses hablando de la venta de niños y de las adopciones ilegales que se produjeron hace algunos años en España y necesita aportar nuevos datos, es bastante probable que las noticias relacionadas con este tema no hayan tenido la misma repercusión en la edición inglesa de *El País.com*, por lo que presentar ese dato específico puede parecer irrelevante en este nuevo contexto.

#### Ejemplo 4

UNA ABUELA CONSIGUE EL PERMISO DE MATERNIDAD PARA CUIDAR DE SU NIETA  
AL FALLECER SU HIJA  
GRANDMOTHER GRANTED MATERNITY LEAVE

Aunque a primera vista puede parecer que se ha producido una elisión, la técnica que realmente se ha empleado en la traducción de este título es la de compensación, ya que la información que se ha perdido en el título inglés se ha incluido en el subtítulo (*Court recognized woman as legal guardian of child after her daughter died*). En la versión en inglés se opta por utilizar, de nuevo, la estructura clausal (S V O<sub>d</sub>) en el titular y recurrir al subtítulo para recuperar el contenido perdido.

Es también destacable la reducción al participio del verbo en voz pasiva (*has been granted*) y la eliminación de determinantes y preposiciones en un intento de adaptar el título a las características propias de éstos en lengua inglesa.

De nuevo, el titular en inglés es más directo que el original en español a partir del cual se realiza la traducción.

#### Ejemplo 5

EL SANTANDER PROPONE BONUS DE HASTA 330 MILLONES PARA 250 DIRECTIVOS  
SANTANDER TOP BRASS TO GET UP TO 330 MILLION EUROS IN BONUSES

En la traducción de este título se han encadenado varias técnicas traductológicas. En primer lugar, se ha procedido a realizar una modulación estructural: se ha frontalizado el objeto indirecto castellano y, en la versión en inglés, se ha colocado en posición de sujeto, provocando así un cambio de foco. Se ha utilizado una amplificación para incluir el tipo de moneda aplicable a la cantidad, ya que de no haberlo hecho un lector inglés podría haber interpretado que la cantidad se había trasladado a libras. También se ha suprimido (elisión) la cantidad que hace referencia al número de directivos a los que afectará la medida, ya que, aunque pudiera parecer que se ha tratado de recuperar parcialmente el dato numérico utilizando el adjetivo *top* en la premodificación nominal (*Santander top brass*), lo cierto es que la expresión *top brass*, como tal, se utiliza en lengua inglesa en un registro informal para referirse a los directivos de una compañía<sup>10</sup>.

Es destacable, asimismo, el cambio de registro que se ha producido en la elaboración del titular en inglés, que utiliza un registro informal que no está presente en el título en español.

En la versión en inglés se utiliza de nuevo el patrón clausal (S V O<sub>d</sub>) y se recurre al uso del infinitivo con valor de futuro, lo que provoca una nueva modulación, ya que de la lectura completa del artículo se desprende que, de momento, se trata tan solo una propuesta, cosa que sí refleja el titular en castellano y que pasa desapercibida en el titular en inglés.

### Ejemplo 6

A LA PESCA DEL PLÁSTICO MARINO  
GETTING FISHERMEN HOOKED ON PLASTIC

En la traducción de este título se ha mantenido el registro, ya que ambos títulos son reflejo del uso de un registro informal de la lengua. Sin embargo, cada una de las lenguas ha utilizado un recurso diferente. Mientras que en español se recurre a una construcción preposicional («a la ...») que normalmente implica la determinación y/o la invitación a llevar a cabo una determinada tarea, el inglés utiliza un juego de palabras: a través de la expresión *hooked on* («estar enganchado») que nos evoca una dependencia de la que no es posible escapar (*to be hooked on drugs* - estar enganchado a las drogas), hace referencia indirecta a las tareas de pesca (*to hook* - pescar) y a los instrumentos que se utilizan para desempeñar esta labor (*hook* - anzuelo). En este sentido, el titular inglés es mucho más efectista.

Desde el punto de vista traductológico, se ha procedido a realizar una ampliación para dar a conocer el sujeto central de la noticia (*fishermen*) e incluir en el título la información sobre el «quién» de la noticia, lo que hace que el titular inglés sea más descriptivo. En el titular español es imposible deducir a quién afecta el enunciado.

Aquí se invierten los términos. Normalmente el inglés propone unos titulares breves, directos, que buscan principalmente llamar la atención del lector. En este caso el español utiliza este recurso, y será el contenido de la noticia el que permita tener más información sobre ese título tan sugerente pero poco clarificador.

### Ejemplo 7

MUERE UN DISIDENTE CUBANO DESPUÉS DE RECIBIR UNA PALIZA DE LA POLICÍA  
CUBAN DISSIDENTS DENOUNCE ACTIVIST'S DEATH FROM POLICE BEATING

La primera técnica empleada en una modulación estructural que provoca un cambio de foco en la noticia; mientras que en el título español el enfoque es factual, lo que se refleja sintácticamente en la frontalización del verbo, mientras que en el inglés se presenta como una denuncia no contrastada del hecho, mediante la frontalización de un grupo nominal que hace referencia a la fuente de la información.

Se ha utilizado también una particularización sobre el *quién* de la noticia, en la versión española es un disidente, en la versión inglesa un activista, lo que no deja de ser relevante, habida cuenta de la carga ideológica que acompaña a cada uno de estos «calificativos». Se puede ser disidente político y no ser necesariamente un activista. Sin embargo, un activista es, por definición, un disidente que actúa como tal y no sólo que piensa de manera distinta a la que se plantea como ideología oficial del régimen.

Por otro lado, la redacción inglesa expresa de manera más explícita la relación causa-efecto existente entre la acción de la policía y el resultado de esta acción.

### Ejemplo 8

ZAPATERO CANCELA UN VIAJE A NORUEGA PARA IMPULSAR LA REFORMA DE LOS  
CONVENIOS

ZAPATERO PUTS REFORM DRIVE AHEAD OF OSLO TRIP

En este caso, desde el punto de vista del contenido de la información, ambos títulos son prácticamente equivalentes: los dos recogen el hecho de que Zapatero ha cancelado o pospuesto un viaje para atender otro asunto; aunque bien es cierto que la versión inglesa es algo más imprecisa (*reform*) que la española, más explícita en cuanto al propósito de esa reforma (reforma de los convenios).

Pero hay además otras diferencias que debemos comentar. En la elaboración del título en inglés se ha procedido a realizar una modulación estructural, que ha permitido frontalizar la parte más importante de la noticia, el hecho de que Zapatero le preste más atención a la reforma que al viaje.

Asimismo, se ha sustituido, utilizando una particularización, sustituyendo el país que se iba a visitar por su capital. Con ello se consigue no sólo concretar más el destino del viaje, sino incidir también en su carácter estrictamente político. Una traducción literal del tipo *trip to Norway* alargaría el titular y recurrir a la premodificación *Norway trip* podría sugerir asociaciones fonética indeseadas con expresiones como ‘*no way trip*’.

Es también destacable el uso en el título inglés de las premodificaciones nominales (*reform drive, Oslo trip*) tan características de la lengua inglesa y tan convenientes en la elaboración de titulares por el ahorro espacial que suponen.

### Ejemplo 9

LOS DIBUJOS PROHIBIDOS DE LA ALHAMBRA

THE ALHAMBRA'S PROFANE PICTURES

En este caso se ha realizado una traducción prácticamente literal. La única diferencia entre ambos títulos es que el inglés se decanta por la utilización del adjetivo ‘*profane*’ cuyo significado es algo más completo que el del adjetivo «prohibido», ya que *profane* en inglés sirve simultáneamente para hacer referencia a algo profano (es decir que no pertenece a la religión) e irreverente (es decir que trata algún tema sagrado con falta de respeto).

De nuevo el titular inglés es más descriptivo. Si entramos en el contenido de la noticia vemos que hace referencia al hallazgo de unos dibujos que representan figuras humanas y de animales ocultos tras los muros de la Alhambra, algo proscrito en el arte musulmán de la época. En el Corán se afirma que es imposible tener una imagen de Dios, pero además se sugiere la idea de que ningún artista puede competir con la divinidad en la creación de seres reales.

Pasaremos a continuación a analizar algunos títulos de prensa en lo que, además del título, hemos incluido el subtítulo o entradilla por entender que la información recogida en estos resulta relevante para la comprensión del texto y para el análisis de las técnicas y procedimientos utilizados en la traducción al inglés.

#### 4.2. *Análisis de títulos y subtítulos o entradillas*

##### Ejemplo 10

BARBACID PARALIZA EL DESARROLLO DEL FÁRMACO CONTRA EL CÁNCER DE PULMÓN  
 Ciencia rechaza por «ilegal» la financiación privada prevista por el investigador  
 CANCER SCIENTIST RAGES AT GOVERNMENT IN FUNDING ROW  
 Mariano Barbacid says red tape is stopping him from developing a possible cure  
 for lung cancer

Si únicamente prestáramos atención a los títulos, la versión inglesa habría aplicado una generalización en el *quién* y una elisión en el *qué* de la noticia, que hacen que, desde el punto de vista informativo, el titular parezca carente de toda funcionalidad. Sin embargo, el propósito del título inglés es otro.

La primera cuestión que cabe destacar radica en la diferencia existente en el enfoque de la noticia en la versión española e inglesa (modulación). El título en castellano es mucho más descriptivo que el título en inglés, ya que la parte más importante de la noticia, el hecho de que se haya paralizado la investigación, no nos llega en inglés hasta la lectura del subtítulo. Esto responde, sin duda, a la práctica habitual en prensa, más extendida en inglés que en español, de utilizar el titular como un reclamo para el lector, que habrá de leer el resto de la noticia si quiere profundizar en el tema objeto de consideración.

En inglés se recurre también a una generalización, al sustituir «Barbacid» por *Cancer scientist*. Aunque la figura del científico es muy conocida a escala internacional, pensamos que, en este caso, el traductor ha buscado captar la atención del lector, incitándole de esta forma a leer el resto de la noticia para obtener toda la información.

Otra diferencia importante es el tono del titular. Podríamos decir que el título en español es prácticamente neutro, simplemente describe una situación. El título en inglés, por el contrario, es mucho más efectista, lo que se ve reflejado por la elección de lexemas con una fuerte carga emocional como *rage* y *row*.

Podemos concluir que todas las técnicas empleadas en la traducción, o lo que en este caso podríamos denominar reelaboración del titular, obedecen a un propósito inicial en el que se ha pretendido cambiar la función del título, que en español tipificaríamos como informativo, a una función apelativa que es lo que encierra el titular inglés.

### Ejemplo 11

LA REVOLUCIÓN DEL NIÑO QUE NO QUERÍA CONSEJOS

Seve se hizo a sí mismo gracias a un carácter tan fuerte como su pasión por el golf

THE CHILD WHOSE GAME BECAME A REVOLUTION

Seve Ballesteros built his own legend based on his strong passion for golf

El artículo constituye un homenaje al recientemente fallecido golfista Severiano Ballesteros y lo hemos incluido en nuestro análisis porque ejemplifica el esfuerzo que ha realizado el traductor por adaptar el título de la noticia a la cultura meta y al conocimiento previsible que el lector tiene sobre este tema.

El lector inglés está más familiarizado que el español, tanto con el mundo del golf como con la importancia de la figura de Ballesteros dentro de este campo y se construye para él un titular mucho más expresivo. El título español hace referencia a un hecho anecdótico de la infancia del protagonista, mientras que el título inglés resalta un aspecto clave de la personalidad de este personaje.

### Ejemplo 12

EL CINE DOCUMENTAL INVADE LAS PANTALLAS DE LA CIUDAD

Entre el 6 y el 15 de mayo se estrenarán 60 películas en 'Documenta Madrid'

DOCUMENTA MADRID KEEPS IT REAL WITH 60 PREMIERES

Werner Herzog's Cave of Forgotten Dreams kicks off capital's big-screen documentary fest

En este ejemplo se utiliza la información del subtítulo en español para elaborar el título en inglés.

En primer lugar, se frontaliza el nombre del evento, como resultado de una modulación. Por otro lado, mediante el uso de la expresión *keep it real* se hace referencia a la esencia propia del documental, ofrecer una visión de aspectos del mundo real.

El título inglés evita el uso metafórico del verbo 'invadir' y lo sustituye por el juego de palabras con *keep it real*.

Se produce una elisión en relación a las fechas en las que se va a desarrollar el evento. El motivo de esta elisión es probablemente la diferencia en cuanto a las fechas de publicación de ambos artículos. El artículo en castellano aparece en la edición impresa de *El País* del día 1 de mayo, mientras que el artículo en inglés no apareció en *El País.com* en inglés hasta el día 6 de mayo.

A través del subtítulo inglés, se focaliza la noticia para acercarla a los intereses del lector internacional. Utilizando técnicas de compensación se menciona el título del documental y el nombre del director con cuya obra se inaugura el festival, información esta que en el artículo en castellano aparece en el interior del artículo.

Pasamos, por último a analizar dos ejemplos en los que el título en castellano es más sintético y breve que el título en inglés, algo que rara vez sucede.

**Ejemplo 13**

VENDER SILENCIO

El correo electrónico, Facebook y Twitter distraen del trabajo; Ommwriter ofrece aislamiento ante el ordenador

THE PROGRAMMERS USING SILENCE AS THEIR UNIQUE SELLING POINT

Ommwriter application blocks out the distractions that blunt creativity

El título inglés es mucho más descriptivo que el castellano, ya que de la lectura de este no puede deducirse el contenido del artículo, que sólo aparece detallado en el subtítulo. Por este motivo, se ha recurrido a diversas técnicas en el proceso de traducción.

En primer lugar, se utiliza una amplificación para poder introducir el *quién* de la noticia, aunque el título en inglés sigue manteniendo la intriga del titular empleando un término genérico (*programmers*) en lugar del nombre de la aplicación (Ommwriter), que no se menciona hasta el subtítulo.

También se ha utilizado una transposición, para volcar el contenido de ‘vender silencio’ a través de *using silence as their ... selling point*.

En la versión en inglés no se mencionan las aplicaciones concretas que son bloqueadas por la aplicación, cosa que sí se hace en el título en castellano. El inglés engloba bajo el término *distractions* lo que en español aparece expresamente mencionado como «correo electrónico, Facebook y Twitter», de modo que se han aplicado técnicas de generalización y elisión en el proceso de traducción.

**Ejemplo 14**

EL ‘TOP MANTA’ DEL BOQUERÓN

Los vendedores agotan sus partidas ilegales de pescado en las localidades de El Vendrell y Calafell

SNIFF OUT A BARGAIN, SAY MOBILE MONGERS

Illegal catches of fish added to the long list of goods sold by street vendors

El título en español, A pesar de ser más breve, es más descriptivo. En este titular encontramos una referencia cultural muy específica que no permite una traducción literal, o lo que es lo mismo, nos encontramos frente a un anisomorfismo cultural entre la cultura española (TO) y la cultura meta (anglófona). Para salvar esta barrera cultural se recurre a una adaptación mediante la cual se busca reemplazar la expresión «top manta» por el verbo *sniff out*, que alude a la manera en la que se encuentran ofertas de pescado por el olor que éste puede desprender.

En el título inglés se prescinde de cualquier alusión a la ilegalidad de la actividad, que si está presente en español mediante el uso de la expresión «top manta».

Asimismo, a partir del título inglés resulta imposible deducir qué producto se vende, hasta que no llegamos al subtítulo, puesto que se utiliza el término genérico

*monguer* en lugar de *fishmonguer*. En el título español, sin embargo, esta información queda perfectamente explicitada.

## 5. Conclusiones

Independientemente de la terminología utilizada en la tipificación de técnicas y estrategias de traducción (en este caso hemos recurrido frecuentemente a las clasificaciones de Vinay y Dalbernet y, en cierta medida, a los desarrollos posteriores que éstas tuvieron en autores de la llamada «Escuela de París», como Delisle o Hurtado), lo cierto es que hemos constatado una serie de «regularidades» en la traducción de titulares, de español a inglés, que podríamos resumir en las siguientes afirmaciones:

- 1º. Los títulos ingleses quieren ser más directos e impactantes y con frecuencia tienen que recurrir al subtítulo para incluir información que se dejan atrás (ej. 10).
- 2º. El inglés es, por lo general, más descriptivo (ej. 5).
- 3º. El inglés es mucho más directo y efectista (ej.10).

Por el contrario, los títulos en español se caracterizan, entre otras cosas, por lo siguiente:

- 1º. Títulos más elaborados y extensos.
- 2º. En español no sólo importa el qué de la noticia sino el cómo transmitimos ese qué.
- 3º. A veces, el español también es breve, directo y efectista, pero, acto seguido, hay un amplio subtítulo que aclara y amplía la breve información contenida en el título principal.

Por otro lado, aunque se tiende a aplicar una estrategia de «naturalización», pensando en el lector potencial más que en el texto original a partir del cual se hace la traducción, esta naturalización es mucho más matizada que en ámbitos como el audiovisual, en el que la libertad de «adaptación» e incluso la creación de títulos que nada tienen que ver con el original es mucho más frecuente.

Si realizáramos una comparación con la categorización propuesta por Virgilio Moya para la traducción de títulos de películas, llegaríamos a las siguientes conclusiones:

1. La traducción de títulos o titulares de prensa, aunque se basa en una estrategia de naturalización, al igual que la traducción de títulos de películas, es mucho más fiel al original que la traducción de títulos fílmicos.
2. Tanto en la traducción de títulos o titulares de prensa como en la traducción de títulos de películas hemos constatado la presencia de anisomorfismos culturales. No obstante, mientras que en el ámbito periodístico se recurre con más frecuencia a la «adaptación» o a la «traducción explicativa» para salvar las barreras culturales,

en el ámbito audiovisual, según los casos, se recurre al «grado 0 de traducción» o, en el caso de que se opte por traducir, a la sustitución total de los elementos del título original por un nuevo título basado en el argumento de la película.

3. Por regla general, tanto en los títulos o titulares de prensa como en los títulos de películas se comprueba que el inglés es más directo, sintético y descriptivo que el español. En español, sin embargo, salvo honrosas excepciones, se recurre a otros recursos:
  - 3.1. Los títulos de prensa en español suelen ser más largos y la presentación de la información suele ser más indirecta que en inglés.
  - 3.2. También destaca en español el uso de hipérbolos, juegos de palabras o cambios en el registro de lengua mientras que el inglés suele ser más uniforme, informal y directo.
  - 3.3. Es evidente la importancia del inglés como lengua cinematográfica, lo que explica el uso abundante de préstamos y el recurso al grado 0 de traducción en la construcción de los títulos en español. Por el contrario, en la traducción de títulos o titulares de prensa de español a inglés no hemos detectado la presencia de ningún préstamo del español.
4. Cuando se traducen títulos de prensa del inglés al español sería impensable que se omitiera el nombre del «Primer Ministro» o del jefe de la oposición si éste aparece en el título. No obstante, en el análisis de títulos realizado hemos constatado que a «Rajoy», entonces jefe de la oposición y candidato a la presidencia del Gobierno, no se le menciona en el título y queda recluso al interior de la noticia. Lo mismo ocurre con Barbadit, desplazado del título (original en español) al subtítulo (traducción en inglés).
5. Aunque nos gustaría poder afirmar otra cosa, queda patente con el estudio realizado que la percepción que hay de la cultura española en inglés se circunscribe, en la mayoría de los casos, a temas culturalmente blandos (cultura, deporte, etc.). Los temas duros (política, economía), cuando son objeto de consideración, siempre son tratados desde una perspectiva negativa y crítica, manteniendo inalterables los «estereotipos culturales» a los que hacía mención D. Kelly en el estudio mencionado (cf. *ut supra*).

Si centráramos nuestra atención en los aspectos culturales que rodean a la traducción de títulos de películas y titulares de prensa dentro de la combinación lingüística inglés-español, podríamos afirmar lo siguiente:

1. Queda patente la diferencia entre la cultura anglosajona (británica, norteamericana, etc.) y la cultura española. Las características lingüísticas que definen a la primera, entendida como cultura de contexto mínimo (*Low Context Culture*), se ven claramente reflejadas tanto en los títulos y titulares de prensa como en los títulos de películas. De igual forma, tanto en los títulos traducidos de películas al español como en los titulares de prensa (originales en español) objeto de análisis hemos detectado la

presencia de una cultura de contexto máximo (*High Context Culture*), aunque, en algunos casos, debido posiblemente a la globalización de la comunicación en general, y del periodismo en particular, hemos detectado casos en los que el español sigue los mismos patrones que el inglés (información sintética, directa y sin apenas información sobreentendida).

2. La construcción de títulos de películas es mucho más libre, lingüísticamente hablando, tanto en inglés como en español que la creación de titulares de prensa. El ámbito periodístico, por el contrario, aunque se detecten diferencias entre el inglés y el español, suele recurrir a la técnica de la pirámide invertida. Esta técnica, como apuntan Martín et al. (1996: 199-200), se caracteriza por lo siguiente:

... nació en Estados Unidos en 1861, durante la Guerra de Secesión. Como los corresponsales de guerra no se fiaban del tiempo que la línea podría funcionar adecuadamente, comenzaban enviando la información por orden de importancia, comenzando por la de mayor valor informativo y dado respuesta a los siguientes interrogantes y en este orden: quién, qué, cuándo, cómo y por qué. Hasta entonces las noticias se transmitían siguiendo el orden cronológico de los hechos. La técnica de la pirámide invertida se impuso y hoy es, con diferencia, la más utilizada.

3. Aunque, culturalmente hablando, tanto los titulares de prensa como los títulos de películas (en inglés o en español) están movidos por un afán de captar la atención de su receptor potencial (lector de prensa o espectador), hay diferencias notables en la forma de construir los títulos. Si vende, el título de una película estará bien puesto, independientemente del grado de fidelidad o de infidelidad que el título traducido presente con respecto al original. En el caso de los títulos o titulares de prensa la cosa no es tan simple. El titular puede ser breve, efectista, incitar a la lectura del resto de la noticia, pero ha de ser coherente con el contenido de la noticia, cosa que no es exigible al título de una película, en la que la traducción puede haberse construido por medios muy diversos, sin que se aprecie a simple vista una relación clara entre el título y el contenido (aunque el título se haya inspirado en el argumento).

Este estudio, a pesar de sus limitaciones en cuanto al número de casos analizados, pretendía mostrar la coexistencia de factores de distinto tipo en el análisis del proceso y del producto de la traducción de titulares de prensa (de español a inglés). Las similitudes con la traducción de nombres propios, en general, y con la traducción de títulos de películas, son evidentes. Pero, sobre todo, si en algo radica su importancia, ésta se aprecia en el acercamiento al estudio de casos desde una perspectiva interdisciplinar, que no sólo recurre a la comparación de recursos lingüísticos en una y otra lengua, sino que pretende ir más allá, haciéndose eco de las aportaciones que los Estudios Culturales, emparentados con el Giro Cultural de la Traducción, tienen para la comprensión de estos fenómenos complejos de comunicación interlingüística e intercultural en los que se trata

de traducir «títulos» que encierran, por lo general, una gran densidad semántica y no pocas alusiones culturales (implícitas o explícitas) a la cultura en la que fueron generados.

## Bibliografía

- Alcaraz Varó, Enrique et al. (eds.) (2007). *Las lenguas profesionales y académicas*. Barcelona: Ed. Ariel (col. Ariel Lenguas Modernas).
- Cámara, Elvira y Dorothy Kelly (eds.) (2005). *Discurso, texto y traducción*. Granada: Universidad de Granada (colección AVANTI nº 1).
- Chesterman, A. (1998). Communication Strategies, Learning Strategies and Translation Strategies. En Malmkjaer, K.: *Translation and Language Teaching. Language Teaching and Translation*. Manchester: St. Jerome.
- Copeland, L. & Griggs, L. (1986). *Going International. How to Make Friends and Deal Effectively in the Global Marketplace*. Nueva York: New American Library.
- Cortés Zaborras, Carmen y María José Hernández Guerrero (coords.) (2005): *La traducción periodística*. Cuenca: Ediciones de la UCLM (Escuela de Traductores de Toledo).
- Delisle, Jean (1993): *La traduction raisonnée: manuel d'initiation la traduction professionnelle*. Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.
- Delisle, Jean; Lee-Jahnke, Hannelore; Cormier, Monique y Albrecht, Jean (eds.) (1999). *Terminología de la traducción*. Ámsterdam-Filadelfia: John Benjamins.
- Dubroca Galin, Danielle (coord.) (2008). *Traducir y vender. Estrategias para la comprensión intercultural*. Salamanca: Luso-Española de Ediciones.
- Fowler, Roger (1986). *Linguistic Criticism*. Oxford: Oxford University Press.
- Fowler, Roger (1991). *Language in the News*. Londres: Routledge.
- Franco Aixelá, Javier (2000). *La traducción condicionada de los nombres propios (inglés-español)*. Salamanca: Ediciones Almar.
- González Serna, José María (2010). *Las variedades temáticas de los textos*. Publicaciones de Aula de Letras, Minor: Madrid.
- Kelly, Dorohy (1997). *Prensa e identidad nacional: La imagen de España en la prensa británica*. Granada: Universidad de Granada (tesis doctoral).
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Garden City, Nueva York: Anchor Press.
- Hernández Guerrero, María José (2009). *Traducción y periodismo*. Berna: Peter Lang.
- Hurtado Albir, Amparo (2001). *Traducción y traductología*. Madrid: Cátedra.
- Lozano Miralles, Helena (2001). *De los nombres propios y su traducción*, Madrid: Entreascuas.
- Luque Nadal, Lucía (2010). *Fundamentos teóricos de los diccionarios lingüístico-culturales. Relaciones entre fraseología y culturología*. Granada: Método Ediciones (Serie Granada Lingüística).
- Martín, Jacinto et al. (1996). *Los lenguajes especiales*. Granada: Comares.
- Moya, Virgilio (2000). *La traducción de los nombres propios*. Madrid: Cátedra.
- Newmark, Peter (1988): *A Textbook of Translation*. Nueva York: Prentice Hall.
- Nida, Eugene A. (1964): *Towards a science of translating*. Leiden: E. J. Brill.

- Nida, Eugene A. y Taber, Charles. R. (1969): *Theory and Practice of Translation*, Leiden: E. J. Brill.
- Nida, Eugene A. (2012): *Sobre la traducción*, María Elena Fernández Miranda (trad.). Madrid: Cátedra.
- Quirk, R.; Greenbaum, S. Leech, G. y Svartvik, J. (1972). *A Grammar of Contemporary English*. Londres: Longman.
- Reque de Coulon, Ana (2002). Análisis de estrategias y procedimientos de traducción utilizados en los títulos de la versión española de *Le Monde Diplomatique*. *Hermeneus* 4, 147-159.
- Swan, Michael (1995). *Practical English Usage*. Oxford: Oxford University Press, pág. 359.
- Tribunal Supremo (2006). *Jurisprudence of the Spanish Supreme Court*. Traducción de E. Ortega Arjonilla, A. B. Martínez López et al. Madrid: Consejo General del Poder Judicial.
- Van Dijk, Teun A (1988). *News as Discourse*. Hillsdale (Nueva Jersey): Lawrence Erlbaum.
- Vázquez-Ayora, Gerardo (1977): *Introducción a la Traductología*. Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Vinay, Jean-Paul y Darbelnet, Jean (1958): *Stylistique comparée de l'anglais et du français*. París: Didier.

<sup>1</sup> Para una explicación detallada de cada una de estas técnicas, cf. Hurtado Albir (2001: 268-271).

<sup>2</sup> *El País, libro de estilo* (1990), pág. 42.

<sup>3</sup> Steel, B.: «Los estilos funcionales y la enseñanza del idioma», en *Español Actual* (18), págs. 9-18.

<sup>4</sup> Los ejemplos han sido extraídos de *El País.com* del 1 de julio de 2011.

<sup>5</sup> Quirk, R.; Greenbaum, S. Leech, G. y Svartvik, J. (1972). *A Grammar of Contemporary English*. Londres: Longman, pág. 414.

<sup>6</sup> *Ibidem*, págs. 414-415.

<sup>7</sup> Swan, M.: *Practical English Usage*, pág. 359.

<sup>8</sup> Para una lista completa, ilustrada con ejemplos reales de uso, de este léxico específico de los títulos de prensa en inglés, cf. *Ibidem*, págs. 361-369.

<sup>9</sup> A este respecto debemos comentar que consultada la misma noticia ese mismo día, dos horas más tarde, el titular inglés había rectificado el número de muertos a nueve. La accesibilidad de la información *on-line* probablemente permitió actualizar el titular inglés, algo que ya no era posible rectificar en la edición impresa en castellano.

<sup>10</sup> Es interesante destacar aquí la diferencia que existe a este respecto entre el inglés americano y el británico. Para un americano la expresión *Santander top brass* haría referencia a una cantidad más concreta y reducida de directivos, porque el término que utilizan para designar a los directivos es solamente *brass*, con lo que podría entenderse el uso de *top* como una referencia a los ejecutivos de más alto nivel. Para un lector británico, por el contrario, la expresión *top brass* simplemente evocaría la figura del ejecutivo, sin referencia alguna al número.