

*Artículos científicos*

## Aspectos lingüísticos en la traducción de títulos de películas de acción

*Linguistic aspects in the translation of action movie titles*

**Jesús Trinidad López Osorio**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

[jezuzozoriio@gmail.com](mailto:jezuzozoriio@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-4093-943X>

**Perla del Rocío Rojas León**

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

[rojasperla2@gmail.com](mailto:rojasperla2@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-4302-5588>

### Resumen

El objetivo del presente trabajo fue analizar los aspectos lingüísticos empleados en la traducción de 73 títulos de películas norteamericanas de acción estrenadas entre enero de 2018 y marzo 2019. El análisis realizado demuestra que de las técnicas existentes para traducir una obra, las más usadas en el corpus estudiado fueron la adaptación, la literal, el préstamo y la adición. Aun así, se deduce que cada una de las técnicas puede cumplir una determinada función, de ahí que sea tarea del traductor elegir la que considere más adecuada. En otras palabras, el papel de los traductores es esencial para intentar transmitir en otra lengua el sentido del mensaje original.

**Palabras clave:** aspectos, cultura, lingüísticos, *marketing*, títulos, traducción.

### Abstract

The objective of this study was to analyze the linguistic aspects used in the translation of 73 titles of North American action films released between January 2018 and March 2019. The analysis carried out shows that of the existing techniques to translate a work, the most used in the corpus studied were the adaptation, the literal, the loan and the addition. Even so, it follows that each of the techniques can fulfill a certain function, hence it is the task of the

translator to choose the one he considers most appropriate. In other words, the role of translators is essential to try to convey the meaning of the original message in another language.

**Keywords:** aspects, culture, linguistics, marketing, titles, translation.

## Resumo

O objetivo deste trabalho foi analisar os aspectos linguísticos utilizados na tradução de 73 títulos de filmes de ação norte-americanos lançados entre janeiro de 2018 e março de 2019. A análise realizada mostra que, das técnicas existentes para traduzir uma obra, as mais utilizadas no corpus estudado foram a adaptação, a literal, o empréstimo e o acréscimo. Mesmo assim, segue-se que cada uma das técnicas pode cumprir uma determinada função, cabendo ao tradutor escolher aquela que considerar mais adequada. Em outras palavras, o papel dos tradutores é essencial para tentar transmitir o significado da mensagem original em outro idioma.

**Palavras-chave:** aspectos, cultura, linguística, marketing, títulos, tradução.

**Fecha Recepción:** Enero 2020

**Fecha Aceptación:** Julio 2020

---

## Introducción

La traducción de títulos de películas es una labor poco profesionalizada y en muchos casos son las propias industrias cinematográficas las encargadas de renombrar o traducir sus películas. Sin embargo, titular en español va más allá de solo traducir el título, puesto que se deben seguir una serie de principios para elegir la opción apropiada. En algunas ocasiones, las industrias cinematográficas o televisivas descartan la esencia de lo que los guionistas han creado, tergiversando todo en cuestión de segundos, u optan por emplear el título original de las películas para no causar confusiones (p. ej., *Kill Bill*, *Toy Story*, *Carrie*, etc.). De acuerdo con Ramón Arroba (2012), en múltiples ocasiones el título en español no es más que una simple traducción literal del original. Al respecto, González García (2017) sostiene que los títulos con nombres propios tanto de persona como de lugares “no suelen traducirse, por el contrario, se suelen mantener en su forma original” (p. 23-24)

Por eso, el objetivo de este documento es analizar los aspectos lingüísticos, culturales y de *marketing* de la traducción de los títulos de las películas, desde el *source language* (lengua de origen) hasta el *target language* (lengua meta). Asimismo, se pretende identificar

los elementos que se tomaron en cuenta para la traducción de los títulos de películas; en este sentido, se debe considerar que la adecuada traducción de un título influye de muchas formas en la manera como la sociedad percibe una película, ya que ese es un elemento clave para atraer al público. En otras palabras, los títulos de películas provocan en un primer momento una identificación emocional con el espectador, de manera que son enormemente importantes a la hora de identificarlos con su contenido.

La pregunta que se ha planteado para orientar esta investigación es la siguiente: ¿cuáles son los aspectos lingüísticos que se emplean en la traducción de títulos del inglés al español en las películas de acción en México?

Ahora bien, son muchas las definiciones que existen en torno a la palabra *traducción*, aunque en definitiva consiste en llegar a trasladar el significado de cualquier texto en una lengua (*source language*) para crear otro texto, pero en otro idioma con significado equivalente (*target language*, texto meta o texto traducido).

De acuerdo con Alousque (2010), las traducciones literales son las más utilizadas hoy en día, ya que facilitan la identificación de una película que ha sido comercializada. Normalmente, la traducción del inglés al español es literal, puesto que se trabaja como “primordial” al momento de traducir el título de una película. Existen algunos casos donde de algún modo respetan el nombre original, pero le agregan subtítulos y se separan por un punto o una coma, como sucede con *Rampage: devastación* o *Ready player one: comienza el juego*.

De igual forma, existen diferencias en Latinoamérica y España; por ejemplo, el largometraje infantil de Disney titulado *The parent trap* se promovió con el título *Juego de gemelas* en América Latina, mientras que en España se le llamó *Tú a Londres y yo a California*. Otro ejemplo representativo es el caso de *Die Hard*, protagonizada por Bruce Willis, la cual fue proyectada en España con el nombre *Jungla de cristal* (traducción que no tenía que ver con la película o no cumplía la función de atraer al público), mientras que en Latinoamérica se tituló *Duro de matar*. Algo similar ocurrió con *Fast and the Furious*, traducido como *A todo gas* en España, y como *Rápidos y furiosos* en América Latina.

De acuerdo con López (1997), a todos nos ha pasado alguna vez tratar de explicar a alguien de otro país de qué película hablamos, y tener que recurrir a argumentos, actores, etc. porque los títulos en una y otra lengua no tienen nada que ver. López nos explica que la

traducción libre nos permite reconocer a la película en la versión original a partir del título traducido.

Existen varias reformulaciones que interpretan el contenido de la película y que han tenido un gran éxito a lo largo de los años, como sucedió con *Chucky: el muñeco diabólico*, que se denominó originariamente *Child's Play*. En este sentido, el impacto comercial es esencial porque incluye una atracción posible con el nombre de los personajes. Un factor importante de los títulos traducidos es que tienden a ser mucho más efectivos que los originales, o añaden información de la trama o del personaje, lo cual sirve de gran ayuda para los espectadores. Como menciona López (1997) la tendencia, en general, es no dejar mucho a la imaginación del potencial espectador.

Otro de los temas claves de las traducciones se relaciona con las situaciones de censura o autocensura que aún tienen lugar en la actualidad, a pesar de los avances culturales y sociales. La censura está ligada al doblaje cinematográfico desde inicios de la industria. Por esto mismo, algunas películas tuvieron traducciones modificadas, que poco tenían que ver con el título original. Un claro ejemplo es la clásica película de Marilyn Monroe *Some like it hot*, traducida como *Una Eva y dos Adanes*. De igual manera, *Blow Up* de Michelangelo Antonioni, que se tituló *Deseo de una mañana de verano*, para no reproducir la traducción literaria de la película y evitar las implicaciones sexuales y técnicas: explotar, ampliar, inflar. Sin embargo, de acuerdo con Secul (2016), los traductores no suelen ser los responsables de los títulos, pues en algunos casos son impuestos por la distribuidora, la cual desea un título comercial y lo más convincente posible.

La traducción es fundamental para la comunicación y es una herramienta primordial para generar lazos de comprensión y búsquedas de sentido. El simple hecho de encontrar un título en español implica un enorme desafío porque resulta necesario ajustar los modismos del idioma original. Por ello, el trabajo de los traductores merece una profesionalización y un trabajo contextual de orientación en comunicación que, sin lugar a dudas, atraviesa discursividades y socializaciones.

Citando a Secul (2016), “la titulación en el cine es una herramienta primordial para decidir sobre la adquisición, la visita o la degustación de una obra cinematográfica determinada” (p. 129-130). No obstante, las empresas o televisoras desvirtúan la colaboración del traductor, ya que solo se enfocan en tres aspectos: el lingüístico, el cultural y el *marketing*.

## Materiales y métodos

Las películas que conforman el corpus de este trabajo (73 filmes de acción) fueron seleccionadas en el periodo 2018-2019. El objetivo fue analizar los aspectos lingüísticos empleados en la traducción para identificar los factores técnicos que se tomaron en cuenta en ese proceso.

Vale destacar que el objetivo de la traducción es no romper la intención del mensaje que se quiere transmitir, es decir, que entre la lengua de partida (*source language*) y la lengua meta (*target language*) debe existir una equivalencia que permita dar a conocer el mensaje al momento de ser traducido. Si esto llega a ser correcto, se podría decir que se está cumpliendo con la fidelidad del mensaje original, puesto que eso es lo que realmente se busca en una traducción: no perder su forma ni su estilo.

Por otro lado, la finalidad de los títulos de películas es atraer la atención del espectador con el fin de que puedan ser consumidas no solo en cines, sino también en distintas plataformas digitales como Netflix, YouTube, Claro Videos, HBO, etc. Un punto muy importante es que las películas tienen una llamada “dimensión creativa”, es decir, buscan que el espectador pueda experimentar diferentes emociones, apreciar distintas culturas, paisajes, vestimenta, etc., no solo de manera emocional, sino también de forma visual.

Como se sabe, el principal propósito de la traducción de títulos de películas es hacer llegar un mensaje más atractivo para el público al cual se dirige. Citando a Villalobos Sánchez (2016), “este mensaje debe ser tomado en cuenta al momento de hacer llegar el contenido al idioma meta, uno es la carga cultural que conlleva el título de la película de manera implícita y otra hacia quien va dirigida estrictamente” (p. 11-12). Cabe mencionar que cuando los títulos de película son traducidos, muchas veces se piensa que el principal responsable de todo esto es el traductor. No obstante, como ya se mencionó, en la mayoría de las ocasiones quienes se encargan de esa tarea para darles “un estilo único” son las distribuidoras o los directores.

Ahora bien, existen siete técnicas que se pueden emplear para la traducción de una obra como la que estamos analizando. Según Vinay y Darbelnet (1958), esas técnicas son la traducción literal, el calco, el préstamo, la transposición, la modulación, la adaptación y la equivalencia. Estas se utilizan al momento de concretar una traducción del inglés al español,

y en muchos casos el público las desconoce, de ahí que surjan innumerables discusiones sobre por qué le fue asignado determinado título a una película.

De hecho, existe escasa información sobre el tema y en el caso de la División Académica de Educación y Artes se ha percibido que este tópico suele pasar inadvertido, lo cual se puede convertir en un área desconocida para los futuros traductores.

## Resultados

Las diferencias sintácticas y léxicas entre el inglés y el español (lenguas de interés de este estudio) indican que en muchos casos es indispensable el uso de técnicas de ejecución para lograr la naturalidad del texto traducido, aunque a veces exista la intraducibilidad del texto (Ramón Arroba, 2012). El análisis lingüístico y cultural de la traducción del inglés al español de los 73 títulos de películas ha demostrado que esta requiere de una evaluación sociocultural previa acerca de la comunidad lingüística a la cual está dirigida una película, además de un estudio en el campo económico relacionado con la publicidad y el *marketing*.

**Tabla 1.** Frecuencia de la aplicación de técnicas para la traducción del inglés al español de títulos de películas americanas durante el período enero 2018 a marzo 2019

Técnicas	FI
Adaptación	20
Literal	19
Préstamo	18
Adición	13
Modulación	3
Calco	0
Transposición	0
Equivalencia	0
<b>Total</b>	<b>73</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1 se detalla la frecuencia con la que se llegó a aplicar cada una de las técnicas para la traducción del inglés al español de los títulos de acción seleccionados. Como se puede observar, las más empleadas fueron la adaptación, la literal, el préstamo y la adición.

## Discusión

Los resultados de la presente investigación demuestran que las traducciones realizadas de los títulos de películas que se sometieron a análisis están estrechamente relacionadas con los aspectos lingüísticos. Por ello, al analizar las técnicas de traducción utilizadas durante este proceso fue posible observar que existe una inclinación mayor hacia la traducción literal.

No obstante, la técnica de traducción literal no puede ser generalizada para todo el universo cinematográfico, ya que al hablar del contenido de las películas, las técnicas pueden variar dependiendo el contexto y del género. Aunado a esto, es imperativo mencionar que este estudio se enfocó en un lapso específico (enero 2018-marzo 2019); por lo tanto, no es prudente afirmar que esta técnica ha sido la más utilizada en años anteriores o que será la más popular en el futuro. Sin embargo, en esta investigación se puede suponer que los resultados obtenidos son de gran relevancia y que se asemejan con los estudios realizados por Lu (2009) y Alousque (2010), quienes dicen que una de las técnicas más empleadas en la traducción de títulos de películas es la literal. Esto es una evidencia que sirve para afirmar que esta técnica es básica en la traducción de títulos de películas norteamericanas y podría ser considerada como la más funcional y eficaz al momento de cumplir con esa tarea, ya que se transmite el mismo mensaje que quieren las empresas cinematográficas.

Por otro lado, vale comentar el trabajo de Luján García (2010), quien indica que en innumerables ocasiones un título cinematográfico no es traducido. Esto suele suceder cuando las películas se basan en novelas o cómics conocidos por el público. Un claro ejemplo de esto son las películas del mundo de Marvel, franquicia que a lo largo de los años ha optado por mantener los títulos originales (p. ej., *Venom*, *X-Men*, *Spiderman*, etc.).

Finalmente, y con base en el análisis realizado, se deduce que cada una de las técnicas de traducción puede cumplir una determinada función, de ahí que sea tarea del traductor elegir la que considere más adecuada. En pocas palabras, el papel de los traductores es esencial para intentar transmitir el sentido del mensaje original, pero en otra lengua.

## Conclusión

Los títulos de películas deben ser tomados en cuenta en la traducción audiovisual, ya que son una carta de presentación para el espectador. Para que esto suceda de la forma más apropiada, por supuesto, se necesita de un especialista que tenga conocimiento pragmático y lingüístico no solo del *source language* (lengua de origen), sino también del *target language* (lengua meta). En otras palabras, la comunicación se vuelve parte esencial al momento de traducir, lo que nos llevaría a estudiar de cerca la teoría de la relevancia. Esta explica que el contexto, la decodificación del mensaje y su correcta transferencia es lo que hace la comunicación efectiva. Sin una buena traducción, el título de la película en cuestión sería poco llamativo, lo que limitaría la comunicación con el público, es decir, el impacto positivo que pueda llegar a tener.

Un buen proceso de traducción de títulos cinematográficos debe seguir los siguientes principios: la fidelidad textual, la conciencia cultural y la combinación de efectos tanto comerciales como estéticos. Aunado a esto, para un mejor trabajo de traducción en los títulos de películas, se debe tener en cuenta la combinación de efectos comerciales y estéticos, además de emplear las técnicas referidas en este trabajo para los diversos títulos cinematográficos.

En México, la traducción de títulos de películas es un tema poco investigado, de ahí el desconocimiento de las técnicas y los principios que rigen esta labor. Tras realizar un análisis traductológico y sociolingüístico de la situación actual en el área de la traducción de los títulos de las películas a lo largo del último año, se puede notar cómo influye la cultura angloamericana sobre las sociedades occidentales. De hecho, y tomando en cuenta que la mayoría de las películas estrenadas en México provienen de Estados Unidos (cultura con la cual estamos familiarizados), se puede decir que no resultaría extraño que el público en general de cualquier generación entienda y acepte esos títulos en su idioma original (inglés). Esto, seguramente, habría sido diferente hace algunas décadas en México, puesto que no existía un acercamiento tan prominente con ese idioma y esa sociedad.

## Referencias

- Alousque, I. (2010). *La traducción de títulos cinematográficos: ¿Adaptación o creación?* Actas del XXVIII Congreso de AESLA, Vigo, España. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/261099518\\_La\\_traducion\\_de\\_titulos\\_cinematograficos\\_Adaptacion\\_o\\_creacion](https://www.researchgate.net/publication/261099518_La_traducion_de_titulos_cinematograficos_Adaptacion_o_creacion)
- González García, A. (2017). *La traducción de los nombres propios: estudio del caso de la serie de televisión Juego de tronos* (trabajo de grado). España: Universidad de Valladolid. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/28695>
- López, B. (1997). *Manual de traducción inglés/castellano: teoría y práctica*. Barcelona: Gedisa.
- Lu, Y. (2009). On The Translation of English Movie Titles. *Asian Social Science*, 5(3). Retrieved from <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/268>
- Luján García, C. I. (2010). Traducción de los títulos de las películas en los cines de España: ¿inglés y/o español? *Odisea*, (11), 301, 313.
- Ramón Arroba, M. V. (2012). *Análisis de la traducción de títulos de películas del inglés al español* (tesis de grado). Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Secul, C. E. (2016). La traducción de títulos en el cine: ¿una moneda de cambio? *Letras*, (5), 123-131.
- Villalobos Sánchez, J. (2016). *Técnicas para la traducción de títulos de películas americanas de terror del inglés al español durante el período 2010 al 2016* (tesis de grado). Trujillo (Perú): Universidad César Vallejo.
- Vinay, J. P. and Dalbernet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. París: Didier.

<b>Rol de Contribución</b>	<b>Autor (es)</b>
<b>Conceptualización</b>	Jesús López-Principal
<b>Metodología</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Software</b>	Jesús López-Principal
<b>Validación</b>	Jesús López-Principal
<b>Análisis Formal</b>	Jesús López-Principal
<b>Investigación</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Recursos</b>	Jesús López-Principal
<b>Curación de datos</b>	Jesús López-Principal
<b>Escritura - Preparación del borrador original</b>	Jesús López-Principal
<b>Escritura - Revisión y edición</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Visualización</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Supervisión</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Administración de Proyectos</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual
<b>Adquisición de fondos</b>	Jesús López-Principal y Perla Rojas-Igual