

# TRADUCCIÓN, MARKETING Y CULTURA

**M<sup>a</sup> Sandra Peña Cervel**

University of La Rioja

Spain

[sandra.pena@unirioja.es](mailto:sandra.pena@unirioja.es)

**Francisco Santibáñez Sáenz**

CEFIAME (Consejería de Educación, Cultura y Turismo; Comunidad Autónoma de La Rioja)

University of La Rioja

Spain

[frsantib@hotmail.com](mailto:frsantib@hotmail.com)

Existen numerosos estudios que abordan el tema de la traducción de títulos de películas procedentes del mundo anglosajón al castellano (Calvo 2000, Luján García 2010, Santaemilia 2000). Cada uno de estos trabajos ahonda en las técnicas que se emplean para reproducir los títulos de películas de origen anglosajón (transliteración, traducción literal, explicación y aporte de un nuevo título). Otros factores que juegan un papel primordial en la reproducción de títulos de películas procedentes del mundo anglosajón son el componente cultural y la combinación de efectos comerciales y estéticos. Por tanto, no cabe duda alguna de que la traducción no es un proceso meramente lingüístico. Si bien la traducción conlleva necesariamente una tarea de creatividad, la aparente arbitrariedad en este proceso de reproducción de títulos ha de ser descartada. En este sentido, nuestro estudio proporciona una visión novedosa, puesto que explica la motivación subyacente a la traducción de títulos de películas desde el punto de vista de la Lingüística Cognitiva y es capaz de proporcionar un estudio detallado de los mecanismos cognitivos que de forma inconsciente dan sentido a nuestra conceptualización de la realidad. Tomando como base los modelos cognitivos idealizados postulados por Lakoff (1987) y la clasificación más novedosa proporcionada recientemente por Ruiz de Mendoza y Galera (2014), investigaremos la conexión existente entre diversos títulos de películas de origen anglosajón y su reproducción en castellano para desterrar la errónea idea de que las traducciones de los títulos de películas de una lengua a otra no tienen relación alguna en muchas ocasiones. Nos interesa también indagar la variación existente en la práctica de la traducción de títulos de películas anglosajonas en dos culturas muy próximas pero a la vez con diferentes matices: España y América Latina. El análisis de los datos revela una tendencia a una mayor fidelidad al título original en América Latina frente a un mayor grado de creatividad en España por medio de títulos alusivos.

**Palabras clave:** Metáfora, Metonimia, Operaciones Cognitivas, Componente Cultural

**Notas Biográficas:**

**M<sup>a</sup> Sandra Peña Cervel** es profesora titular del Departamento de Filologías Modernas de la Universidad de La Rioja. Sus intereses investigadores se centran en la organización del conocimiento en forma de modelos cognitivos idealizados, con especial atención a los esquemas de imagen y el modo en que éstos interaccionan con la metáfora y metonimia conceptuales. Es autora de algunos capítulos sobre Lingüística Cognitiva y Gramática Funcional en libros como *Current Trends in Linguistic Theory* (UNED) y *Teoría Lingüística: Métodos, herramientas y paradigmas* (Ramón Areces). Es autora del libro *Topology and Cognition: What Image-schemas Reveal about the Metaphorical Language of Emotions* (Lincom Europa), que fue traducido al coreano, y coeditora de *Cognitive Linguistics: Internal Dynamics and Interdisciplinary Interaction* (Mouton de Gruyter). Ha publicado varios artículos de investigación en revistas como *Miscelánea*, *Journal of English Studies*, *Annual Review of Cognitive Linguistics*, *Jezikoslovlje*, *RESLA*, *Journal of Pragmatics*, *Language Sciences*, *Metaphor and Symbol*, etc. y algunos capítulos en libros como *Interaction and Cognition in Linguistics* (Peter Lang) y *Current Trends in Contrastive Linguistics: Functional and Cognitive Perspectives* (John Benjamins), entre otros. Es editora de la *Revista de la Asociación Española de Lingüística Aplicada (RESLA)*, editora de reseñas de *Review of Cognitive Linguistics (RCL)* y forma parte del comité científico de revistas como *Journal of English Studies* y *RAEL*.

**Francisco Santibáñez Sáenz** works as a language expert for the CEFIAME (Consejería de Educación, Cultura y Turismo; Comunidad Autónoma de La Rioja). He is also an Associate Lecturer at the University of La Rioja. He has published several articles on different aspects of cognitive linguistics. His current research interests include conceptual metaphor, cognitive semantics, pedagogical grammar and foreign language learning.