

LA LEALTAD EN LA TRADUCCIÓN DE LOS TÍTULOS DIVULGATIVOS

Lector univ. dr. Iulia BOBĂILĂ
Universitatea Babeş-Bolyai din Cluj-Napoca

Abstract: *In the field of translation, the concept of loyalty proposed by Christiane Nord refers to the correspondence between the source text function and the translated text function. Starting from the premise that the title is particularly relevant for the communicative functions of a popular science text, this paper's aim is to present and discuss the limits of functional equivalence in translation. The analysis will rely on a parallel corpus of popular science books, translated from English into Spanish in the last two decades. Given the six functions of titles established by Christiane Nord, we will identify the predominant transfer strategies and the possible parameters leading to a different hierarchical distribution of the titles' functions in the target text.*

Keywords: *title, popular science, translation, functionalism, loyalty*

1. Introducción

Dado el auge del inglés como “lengua vehicular de la ciencia”¹, no solo en lo que concierne la difusión de la información destinada a expertos, sino también en el ámbito de los textos divulgativos, la traducción de la información publicada en dicha lengua se ha vuelto imprescindible. El texto divulgativo, que se nutre de la ciencia, pero que tiene afinidades innegables con la literatura y suele proporcionar una experiencia lectora absorbente, se ha convertido en un fenómeno editorial que aborda ámbitos de lo más diversos. Mientras que algunos libros indagan los misterios del universo o desvelan los más recientes descubrimientos de las neurociencias, otros dan consejos de nutrición o pretenden ofrecernos claves para descifrar el comportamiento de los demás como lo haría el mejor de los psicólogos. No olvidemos la manera en la que se proyecta la imagen del investigador en muchos de estos libros y las consecuencias que puedan tener sobre la aceptación de la ciencia como actividad con un impacto social evidente: “el divulgador no solo introduce las informaciones que quiere transmitir en un nuevo espacio discursivo, lo cual repercute en la transmisión de dicho saber, sino también juega un papel fundamental en la constitución de la representación social de la ciencia y sus actores”².

¹ María Teresa Veiga Díaz, *El inglés como vehículo de la ciencia: influencia sobre la redacción y traducción de textos científicos*, en Pegenaute, L.; Decesaris, J.; Tricás, M. y Bernal, E. [eds.] *Actas del III Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI*, Barcelona 22-24 de marzo de 2007, Barcelona, PPU, vol. n.º 1, 2008, p. 471.

² Lourdes Berruecos, *Las dos caras de la ciencia. Representaciones sociales en el discurso*, en *Revista iberoamericana de discurso y sociedad*, vol.2, n.º2, 2000, p. 105.

En la avalancha informativa actual, los títulos de los libros son algunos de los elementos de más peso en la competición mediática alimentada por la imagen de la portada y la estrategia de venta. Son ellos los que sirven de “gancho” para llamarnos la atención y persuadirnos de que hay lecturas que nos van a cambiar la vida. Siguiendo la definición elaborada por Sánchez Ortega, enfocaremos los títulos como componentes paratextuales de primer rango, que pueden influir de modo decisivo en la percepción que tenemos sobre el libro: “Clasificamos como elementos paratextuales todos aquellos con una naturaleza heterogénea, bien sea en títulos, subtítulos, dedicatorias, prólogos, introducciones, ilustraciones, notas dirigidas a los lectores, lugar y fecha de publicación, etc.”³.

Hay varios estudios que abordan las funciones de los títulos en ámbitos de los más diversos, desde las obras literarias⁴, pasando por las películas, los artículos de investigación y hasta las reseñas cinematográficas. Por ejemplo, Pułaczewska subraya que los títulos de los artículos de investigación en las humanidades suelen tener una mayor dosis de creatividad que los de las ciencias exactas⁵. Esta distinción no es de extrañar si pensamos en que la función predominante del texto científico es la de informar y no de entretener. Sin embargo, en el caso de los artículos de investigación, es posible que los títulos altamente humorísticos parezcan menos serios y, por lo tanto, tengan un número inferior de citaciones en comparación los más neutros⁶.

2. Funciones de los títulos

Lo que destacan todos los estudios mencionados anteriormente es que, más allá de su valor informativo, el título se puede convertir en un elemento clave de la anticipación del contenido y, como tal, puede guiar la interpretación o reforzar el mensaje del texto al que precede⁷.

En el paradigma propuesto por Christiane Nord, hay seis funciones⁸ atribuidas al título:

1. distintiva: sirve para identificar un texto, mediante un nombre que lo individualiza entre otros textos;
2. metatextual: nos informa sobre la existencia de un texto (es un “texto sobre un texto”);

³ Juan Jesús Sánchez Ortega, *La modalidad paratextual. teorías y aplicaciones narratológicas en la confección del libro de bolsillo*, *Revista de Filología*, 32, pp. 245-264, 2014, p. 246.

⁴ Miguel Ángel González de la Fuente, *Las funciones de los títulos en la descodificación lectora*, en *Tabanque: Revista pedagógica*, 1997, n.º 12, pp. 185-202.

⁵ Hanna Pułaczewska, ‘I bet they are going to read it’: *Reported Direct Speech in titles of research papers in linguistic pragmatics*, en *Lodz Papers in Pragmatics*, 5(2), 2010, pp. 271-291.

⁶ Itai Sagi & Eldad Yechiam, *Amusing titles in scientific journals and article citation*, en *Journal of Information Science*, 34(5), 2008, pp. 680-687.

⁷ Annalisa Pes, *The function of titles in some postcolonial literary texts in English*, en *Iperistoria*, n.º 5, 2015, p. 92.

⁸ Christiane Nord, *Funcionalismo y lealtad: algunas consideraciones en torno a la traducción de títulos*, en *II Encuentros Complutenses en torno a la traducción*, Margit Raders & Juan Conesa (eds.), Madrid, Editorial Complutense, 1990, p. 155.

3. descriptiva o referencial⁹: describe el contenido o nos sugiere algunos de sus rasgos fundamentales;

4. expresiva: sugiere una evaluación del texto (puede consistir en el punto de vista del autor o puede anticipar algunos efectos sobre el lector);

5. fática: establece un primer contacto entre emisor y destinatario;

6. operativa (según Katharina Reiss) / apelativa (según Christiane Nord): atrae el interés de los lectores y es un incentivo para que lean el libro.

En el caso del texto divulgativo, junto a la función referencial, que debe ser inequívoca, destacan dos funciones que son también fundamentales en la trayectoria del libro y su posterior interacción con los lectores. En primer lugar, la función expresiva, dado que “las valoraciones, juicios y creencias, aun cuando poseen una gran carga de subjetividad e idealismo, forman parte del discurso divulgativo en la medida en que contribuyen al proceso mismo de reelaboración y contextualización del acontecimiento científico”¹⁰. Dado que los sistemas de valores, los temas que se pueden abordar con ironía o los tabúes lingüísticos pueden tener gran variabilidad cultural, se necesita evaluar con precaución la transferencia de tales modalidades expresivas en traducción. En segundo lugar, la función apelativa, teniendo en cuenta que el título de un libro divulgativo pretende que el destinatario adquiera un objeto (en este caso, el libro) y actúe de una manera determinada (por ejemplo, que sea receptivo a los nuevos descubrimientos científicos, que reemplace las explicaciones fantasiosas de los eventos por un enfoque racional, etc.) Para este fin, los títulos están cargados de elementos persuasivos: “La aspiración a despertar no solo el interés del lector, sino también la adhesión de este último al punto de vista del divulgador, llevan a la adopción de precisas estrategias discursivas pragmáticas y retóricas que forman parte integrante del contenido global del texto y de su reconocimiento.”¹¹.

3. La traducción de los títulos

En el ámbito traductológico, el concepto de lealtad propuesto por Christiane Nord se basa en una visión sobre la situación comunicativa que se apoya sobre una doble fidelidad: hacia el autor y sus intenciones, y hacia el lector, para que el texto “funcione” en la cultura meta como funciona en la cultura de origen.

Partiendo de la premisa de que el título resulta especialmente relevante para las funciones comunicativas de un texto divulgativo, imaginémos un título en la lengua origen que ofrece una valoración del contenido, es decir, provisto de una función expresiva evidente. Una hipotética traducción neutra del título representaría

⁹ Isabel Pascua Febles, en su estudio sobre los títulos de las películas, propone la denominación de función “explicativa”, en vez de descriptiva, porque considera que muchos títulos que analiza, más que describir el contenido, activan otros procesos cognitivos, a saber, sugieren explicaciones (Isabel Pascua Febles, *Estudio sobre la traducción de los títulos de películas*, en Margit Raders & Rafael Martín-Gaitero (eds.), *IV Encuentros Complutenses en torno a la traducción*, Madrid, Editorial Complutense, 1994, pp. 349–354).

¹⁰ Francisco José Bolet, *Análisis de estrategias discursivas empleadas en la cobertura periodística del Proyecto Genoma Humano*, en *Lingua Americana*, 10, 2002, p. 53.

¹¹ Anna Polo, *La traducción de los verbos epistémicos en un corpus de textos de divulgación científica: la expresión del yo enunciador*, en *Orillas*, n^o4, 2015 p. 5.

una versión desleal de este texto en miniatura, que nos privaría de descubrir un nuevo autor o indagar en un ámbito científico previamente ignorado si dejáramos de abrir el libro justamente porque el título no nos dice nada.

Nos proponemos a continuación explorar las fronteras de la lealtad de los títulos traducidos. El análisis se va a desarrollar a partir de un corpus paralelo de más de ochenta títulos de libros divulgativos, traducidos del inglés al español y publicados en España en las últimas dos décadas por varias editoriales que pertenecen al grupo editorial Planeta¹². Dadas las seis funciones de los títulos establecidas por Christiane Nord, identificaremos las estrategias de traducción y las posibles causas de la atenuación o intensificación de las funciones iniciales.

Antes de analizar los ejemplos puntuales más llamativos, hemos de mencionar que, desde el punto de vista estructural, en los libros divulgativos hay pocos títulos simples, es decir, que consten de una sola palabra. En la muestra que hemos analizado esta observación sigue vigente: la mayoría son títulos compuestos¹³ (frases nominales o verbales), oraciones o estructuras complejas que resultan de la combinación de los dos tipos anteriores. Además, de los ochenta y tres títulos analizados, aproximadamente dos tercios se han traducido literalmente y solo en veintisiete casos hay transformaciones de varia índole que indican un deseo de adaptarse a los posibles requerimientos del lector de la cultura meta. Como veremos, algunas de las adaptaciones consiguen mantener las funciones esenciales del original, mientras que en otras se producen desviaciones y se concede primacía a otras funciones. Detallamos a continuación algunas de los ejemplos más relevantes para la investigación, que tienen un potencial didáctico nada desdeñable.

a. Traducción literal

Las traducciones literales son una señal de que el título de la edición original no supone grandes dificultades léxicas, tampoco recurre a artificios retóricos, razón por la cual la traducción es un texto “en espejo”, incluso desde el punto de vista estructural, y reproduce la sucesión de los componentes de la lengua origen. Se puede deducir que la traducción está destinada a un público meta que se encontraría en una posición simétrica a la del lector de la lengua origen, desde la perspectiva de las funciones del título, y no se vio la necesidad de hacer ningún ajuste en los títulos traducidos. Valgan como ejemplos estos dos títulos:

Edición original: Crawford, Dorothy, *The Invisible Enemy: A Natural History of Viruses*, Oxford, Oxford University Press, 2000.

Edición traducida: Crawford, Dorothy, *El enemigo invisible. La historia secreta de los virus*, traducción de Juan Pedro Campos, Madrid, Casa del Libro, 2002.

¹² El sitio web del grupo editorial Planeta pone a disposición de los lectores una amplia colección de títulos, organizados en secciones temáticas: <https://www.planetadelibros.com>.

¹³ Seguimos la clasificación presentada en Oscar Alberto Morales, Bexi Perdomo, Daniel Cassany i Comas, Élix Izarra, *Estructuras morfosintácticas y funciones retóricas de títulos de revisiones sistemáticas publicadas en español en revistas odontológicas: un análisis de género discursivo*, en *Panace@*, 21(51), 2020, pp. 62-74.

Edición original: Wilson, Edward O., *Tales from the Ant World*, New York, W. W. Norton & Company, 2020.

Edición traducida: Wilson, Edward O., *Historias del mundo de las hormigas*, traducción de Pedro Pacheco González, Madrid, Crítica, 2022.

b. Explicación

El siguiente par de títulos refleja la tendencia de la versión traducida a conceder un mayor peso a la función explicativa. Mientras que el título inicial está compuesto por tres elementos que aparecen como co-partícipes en los procesos de la ciencia, el título traducido altera la balanza de los componentes e introduce una relación de causalidad inexistente en inglés:

Edición original: Sen, Paul, *Einstein's Fridge. The Science of Fire, Ice and the Universe*, New York, Scribner, 2021.

Edición traducida: Sen, Paul, *El frigorífico de Einstein. Cómo el frío y el calor explican el universo*, traducción de Ana Pedrero Verge, Barcelona, Planeta, 2022.

c. Generalización

Más abajo, se puede comprobar que, mediante el recurso a la generalización (se omite la referencia a las relaciones de pareja del original y se emplea el sustantivo generalizador “bienestar”), se induce la falsa idea de que el lector está ante un libro destinado a mejorar su estado de ánimo de manera individual. Sorprendentemente, en la versión española se pasa por alto la evidente disminución la función referencial a la que lleva la pérdida de precisión generada por la ausencia de los términos “intimidad”, “resiliencia”, “confianza” de la lengua origen:

Edición original: Tronick, Ed; Gold, Claudia M., *The Power of Discord: Why the Ups and Downs of Relationships Are the Secret to Building Intimacy, Resilience, and Trust*, Melbourne, Scribe Publications, 2020.

Edición traducida: Tronick, Ed; Gold Claudia M., *El poder de la discordia: El secreto para fortalecer el bienestar emocional*, traducción de M.^a Estela Peña Molatore, Barcelona, Planeta, 2021.

d. Cambios de perspectiva

El vaivén de lo abstracto a lo concreto o de lo animado a lo inanimado repercute también sobre los aspectos funcionales. Concretamente, al sustituir la alusión al ser humano del siguiente título original por un sustantivo abstracto (“evidencia”), la función referencial se ve, de nuevo, afectada. El título traducido proyecta la idea de un árido conjunto de gráficos, esquemas, etc., que podrían ser la fuente de tal evidencia, en contraste con la mención clara al individuo solitario que aparece en el título en la lengua origen. Además, la función apelativa resulta distorsionada, puesto que un sintagma como “la evidencia científica” tiene un efecto desalentador sobre un lector que buscaría un tipo de comunicación cercana, procedente de un ser humano concreto, en este caso el científico que aparece como el emisor del mensaje en inglés:

Edición original: Collins, Francis S., *The Language of God: A Scientist Presents Evidence for Belief*, New York, Free Press, 2006.

Edición traducida: Collins, Francis S., *¿Cómo habla Dios? La evidencia científica de la fe*, traducción de Adriana de la Torre Fernández, Barcelona, Planeta, 2007/2016.

En otro título, se puede comprobar una estrategia contraria en la que se reemplaza el objeto inanimado por el ser humano y se distorsiona ligeramente la perspectiva sobre el contenido del libro. A ello se añade un incremento de la función expresiva (concretamente, la subfunción evaluativa, según la propuesta clasificatoria de Christiane Nord). Se nos presenta la ciencia de manera inapelable (gracias al sintagma “autoridad de la ciencia”) como ámbito de la actividad humana cuyo posicionamiento superior en la escala de valores no se puede poner en duda:

Edición original: Crease, Robert P., *The Workshop and the World: What Ten Thinkers Can Teach Us About Science*, New York, W.W. Norton & Company, 2019.

Edición traducida: Crease, Robert P., *Los científicos y el mundo. Lo que diez pensadores nos enseñan sobre la autoridad de la ciencia*, traducción castellana de Miguel Á. Pérez, Barcelona, Planeta, 2020.

Un caso especial de esta estrategia lo constituye la personalización mediante pronombres o formas verbales conjugadas (también una forma de personalización, debido al sujeto implícito). En el primero de los tres ejemplos que vienen a continuación, la secuencia artículo indefinido + sustantivo, “a watchmaker’s”, de poca relevancia referencial y cultural para el lector español, se ha sustituido por una frase incluyente, es decir, con el pronombre “nosotros” claramente mencionado. Se logra así un acercamiento al lector, relegando a un segundo plano la función referencial del original. Es lo que se aplica también a los otros dos títulos, en los que las formas verbales “adaptarnos” y “estamos creando”, respectivamente, contribuyen a reforzar el interés del destinatario potencial por temas que, como se da a entender, incumben a todos los seres humanos:

Edición original: Struthers, Rebecca, *Hands of Time - A Watchmaker's History of Time*, Hodder & Stoughton, Hachette UK, 2023.

Edición traducida: Struthers, Rebecca, *Las manos del tiempo. Todo lo que la historia de los relojes cuenta sobre nosotros*, traducción castellana de Raquel García Ulldemolins, Barcelona, Planeta, 2024.

Edición original: Heying, Heather; Weinstein, Bret, *A Hunter-Gatherer's Guide to the 21st Century. Evolution and the Challenges of Modern Life*, London, Swift Press, 2021.

Edición traducida: Heying, Heather; Weinstein, Bret, *Guía del cazador recolector para el siglo XXI. Cómo adaptarnos a la vida moderna*, traducción de Àlex Guàrdia Berdiell, Barcelona, Planeta, 2022.

Edición original: *Under a White Sky. The Nature of the Future*, London, The Robbins Office, Inc. y Aitken Alexander Associates Ltd., 2021.

Edición traducida: Kolbert, Elizabeth, *Bajo un cielo blanco. Cómo los humanos estamos creando la naturaleza del futuro*, traducción de Joan Lluís Riera, Barcelona, Crítica, 2021.

e. Transposición

Los sintagmas nominales de la lengua origen, sea simples sustantivos, sea combinaciones adjetivo + sustantivo están a veces sustituidos por verbos que llevan al primer plano unos recursos exhortativos que muevan al lector y le insten a reaccionar. Es un tipo de comunicación mucho más personalizada, en segunda persona singular, mediante la cual el destinatario del primer título en español se puede sentir como un interlocutor privilegiado. En el segundo, la misma técnica sustitutiva propone un verbo en futuro que funciona como una promesa irrefutable (“nunca volverás”), lo que intensifica la función apelativa del título traducido:

Edición original: *The Reality Bubble: Blind Spots, Hidden Truths, and the Dangerous Illusions that Shape Our World*, Penguin Canada, 2019.

Edición traducida: Tong, Ziya, *La burbuja de la realidad. Mira con nuevos ojos el mundo que te rodea*, traducción de Vicente Campos González, Barcelona, Planeta, 2021.

Edición original: Nestor, James, *Breath: The new science of a lost art*, New York, Riverhead Books, 2020.

Edición traducida: Nestor, James, *La nueva ciencia de un arte olvidado —Nunca volverás a respirar igual*, Arnau Figueras Deulofeu, Barcelona, Planeta, 2021.

f. Adaptación de las alusiones culturales

Una alusión cultural con función referencial obvia para el público norteamericano, pero tal vez poco atrayente a ojos de los lectores de otras zonas del mundo, se convierte de manera acertada en una oración en la que prima la función apelativa. En contraste con el sintagma del original que nos lleva a pensar en un libro denso, lleno de principios y ecuaciones de física y economía, la oración propuesta por la versión española, gracias al dinamismo de la acción, remite casi al título de una película de acción:

Edición original: Weatherall, James Owen, *The Physics of Wall Street. A brief history of predicting the unpredictable*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 2013.

Edición traducida: Weatherall, James Owen, *Cuando los físicos asaltaron los mercados. La historia de cómo se trató de predecir lo impredecible*, Barcelona, Ariel, 2013.

g. Extranjerización

De manera atípica, para dar un toque exótico a la versión española, en el siguiente título se mantiene la palabra inglesa *alien*. Sin embargo, el correspondiente español, “extraterrestre”, sí aparece en el título traducido en un largo sintagma descriptivo y evaluativo. De esta manera, se potencia el conjunto funcional del título traducido: a las funciones referencial y expresiva del original, se añade una

explicación. Además, se consigue una intensificación de la función apelativa, a través del extranjerismo mencionado, que remite al mundo de la ciencia-ficción y al éxito cinematográfico en los años ochenta de la película con el mismo nombre:

Edición original: Frank, Adam, *The Little Book of Aliens*, New York, Harper Collins, 2023.

Edición traducida: Frank, Adam, *El pequeño libro de los aliens: La fascinante búsqueda de vida extraterrestre*, traducción de Pedro Pacheco González, Barcelona, Planeta, 2024.

h. Particularización y efecto sorpresa mediante frases memorables

Otra estrategia de traducción de los títulos consiste en incluir frases memorables, construidas alrededor de un sustantivo concreto (“lagartija”, “barbacoa”), cuyo golpe de efecto es indiscutible. Se trata de breves enunciados sorprendentes o de preguntas características para las enciclopedias infantiles, en las que la paradoja y el humor consiguen llamar la atención y actuar como invitaciones para la lectura. La traducción ya no se ciñe al original, léxica o sintácticamente, sino que concede prioridad al refuerzo de la función apelativa de tal manera que, como estrategia de marketing, es infalible y representa un muy buen ejemplo de creatividad traductora:

Edición original: Mlodinow, Leonard, *The Upright Thinkers. The Human Journey from Living in Trees to Understanding the Cosmos*, New York, Pantheon, 2015.

Edición traducida: Mlodinow, Leonard, *Las lagartijas no se hacen preguntas. El apasionante viaje del hombre de vivir en los árboles a comprender el cosmos*, traducción castellana de Joan Lluís Riera, Barcelona, Planeta, 2016.

Edición original: Peake, Timothy, *Ask an Astronaut. My Guide to Life in Space*, Penguin Random House, 2017.

Edición traducida: Peake, Timothy, *Por qué el espacio huele a barbacoa. Y otras preguntas que solo un astronauta puede responder*, traducción castellana de Gemma Deza Guil, Barcelona, Planeta, 2018.

i. Repeticiones desconcertantes

El hecho de que una propuesta de traducción funcionara bien, en cierto momento, en el mercado de la cultura meta, no significa que se pueda repetir aleatoriamente el patrón sintáctico-semántico para otras traducciones, sobre temas del mismo ámbito. Si un libro lleva el título *El ingenio de los peces*, un segundo libro, titulado *El ingenio de los cerdos*, nos hace pensar inevitablemente en una similitud de enfoque o en publicaciones que pudieran pertenecer a una serie temática. No es el caso de los dos libros cuyos títulos hemos insertado más abajo, a pesar de lo que pueda sugerir la similitud de sus versiones en español. Es un ejemplo de distorsión de la función referencial, por las asociaciones erróneas producidas por la traducción con textos publicados anteriormente:

Edición original: Balcombe, Jonathan, *What a Fish Knows. The Inner Lives of Our Underwater Cousins*, New York, Scientific American / Farrar, Straus and Giroux, 2013.

Edición traducida: Balcombe, Jonathan, *El ingenio de los peces*, traducción de Gemma Deza Guil, Barcelona, Planeta, 2018.

Edición original: *The Unexpected Genius of Pigs*, New York, Harper Collins Publishers, 2018.

Edición traducida: Whyman, Matt, *El ingenio de los cerdos*, traducción de Beatriz Ruiz Jara, Barcelona, Planeta, 2020.

4. Conclusiones

Decidir cómo dosificar cada una de las funciones de los títulos, en estrecha correlación con las intenciones del autor y con las estrategias editoriales adecuadas al grupo de destinatarios, requiere una atenta combinación de intuición lingüística y perspicacia sociocultural. Nos parece legítimo intensificar la función apelativa del título de un texto divulgativo en la versión traducida mientras esta iniciativa no repercute en las otras funciones hasta el extremo de establecer una relación título-contenido difícil de equiparar con la original. Intervenir demasiado en el título con el fin de hacerlo más atractivo para el público meta puede conllevar una pérdida considerable de la función referencial o tergiversar las intenciones del autor y llegar a un grado de deslealtad imperdonable.

Sin embargo, no olvidemos que el título de la versión traducida es pocas veces una decisión exclusiva del traductor y que hay múltiples variables que entran en juego. La editorial, con sus expertos en estrategias de venta, tiene a menudo la última palabra, gracias a la experiencia sobre lo que funciona en la cultura meta y lo que corre el riesgo de despertar poco interés en los destinatarios. Los aspectos funcionales, la intervención del editor y las idiosincrasias culturales son un cúmulo de factores que hay que sopesar a la hora de evaluar la distribución de las funciones del texto en la lengua meta y, por ende, la lealtad de la traducción.

Bibliografía

ALCARAZ ARIZA, María Ángeles, MÉNDEZ ALCARAZ, David Israel, *When Astrophysics Meets Lay and Specialized Audiences: Titles in Popular and Scientific Papers*, en *Journal of Language and Communication*, 3(2), 2016, pp. 133-146.

BERRUÉCOS, Lourdes, *Las dos caras de la ciencia. Representaciones sociales en el discurso*, en *Revista iberoamericana de discurso y sociedad*, vol. 2, nº2, 2000, pp. 105-130.

BOLET, Francisco José, *Análisis de estrategias discursivas empleadas en la cobertura periodística del Proyecto Genoma Humano*, en *Lingua Americana*, 10, 2002, pp. 39-69.

de la FUENTE GONZÁLEZ, Miguel Ángel, *Las funciones de los títulos en la descodificación lectora*, en *Tabanque: Revista pedagógica*, nº.12, 1997, pp. 185-202.

MORALES Oscar Alberto, PERDOMO Bexi, CASSANY I COMAS Daniel, IZARRA Élix, *Estructuras morfosintácticas y funciones retóricas de títulos de revisiones sistemáticas publicadas en español en revistas odontológicas: un análisis de género*

- discursivo, en *Panace@*, 21(51), 2020, pp. 62-74, <https://www.tremedica.org>. [última consulta: 12.04.2024]
- NORD, Christiane, *Funcionalismo y lealtad: algunas consideraciones en torno a la traducción de títulos*, en Margit Raders & Juan Conesa (eds.), *II Encuentros Complutenses en torno a la traducción* Madrid, Editorial Complutense, 1990, pp. 153-162.
- NORD, Christiane, *Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point*, en *Target*, 7(2), 1995, pp. 261-284.
- PASCUA FEBLES, Isabel, *Estudio sobre la traducción de los títulos de películas*, en Margit Raders & Rafael Martín-Gaitero (eds.), *IV Encuentros Complutenses en torno a la traducción*, Madrid, Editorial Complutense, 1994, pp. 349-354.
- PES, Annalisa, *The function of titles in some postcolonial literary texts in English*, en *Iperistoria*, n°5, 2015, pp. 92-102.
- POLO, Anna, *La traducción de los verbos epistémicos en un corpus de textos de divulgación científica: la expresión del yo enunciator*, en *Orillas*, n°4, 2015, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7748852> [última consulta: 10.04.2024]
- PULACZEWSKA, Hanna, *'I bet they are going to read it': Reported Direct Speech in titles of research papers in linguistic pragmatics*, en *Lodz Papers in Pragmatics*, 5(2), 2010, pp. 271-291.
- SAGI, Itai & YECHIAM, Eldad, *Amusing titles in scientific journals and article citation*, en *Journal of Information Science*, 34(5), 2008, pp. 680-687.
- SÁNCHEZ MORENO, Juan Manuel, *La pertinencia en la traducción de los títulos en obras literarias y cinematográficas*, en María Pilar Blanco García, Pilar Martino Alba (eds.), *Traducción y multiculturalidad*, Madrid, Instituto Universitario de Lenguas Modernas y Traductores, Universidad Complutense de Madrid, 2006, pp. 355-363.
- SÁNCHEZ ORTEGA, Juan Jesús, *La modalidad paratextual. teorías y aplicaciones narratológicas en la confección del libro de bolsillo*, en *Revista de Filología*, 32, 2014, pp. 245-264.
- TOPA-BRYNIARSKA, Dominika, *The Persuasive Function of the Title as a "Movere" Tool in Journalistic Film Reviews*, in *Respectus Philologicus*, vol. 42, n°. 47, 2022, pp. 24-36. <https://www.redalyc.org/journal/6944/694473607002/movil/> [última consulta: 10.05.2024].
- VEIGA DÍAZ, María Teresa, *El inglés como vehículo de la ciencia: influencia sobre la redacción y traducción de textos científicos*, en Pegenaute, L.; Decesaris, J.; Tricás, M. y Bernal, E. [eds.] *Actas del III Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación. La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI*, Barcelona 22-24 de marzo de 2007, Barcelona, PPU, vol. n°. 1, 2008, pp. 471-481, https://www.aieti.eu/wp-content/uploads/AIETI_3_MTVD_Ingles.pdf [última consulta: 15.05.2024].

Sitios web

<https://www.planetadelibros.com/libros/libros-de-ciencia/00006>