

МІНІСТЕСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра іспанської і новогрецької філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства
на тему:

**ПЕРЕДАЧА ІСПАНСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ,
ПРИЗВИСК ТА ЗВЕРНЕНЬ. «ПРИЗВИЩА, ЩО ГОВОРЯТЬ»
ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПРОБЛЕМА**

Студентки групи Ммлі 01-23

спеціальність 035 Філологія.

спеціалізація 035.051 Романські мови і літератури
(переклад включно), перша – іспанська

освітньо-професійна програма

Сучасні лінгвістичні і перекладознавчі студії та
міжкультурна комунікація (іспанська мова і друга
іноземна мова)

Мазур Анастасії Віталіївни

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук, доцент

Залеснова О.В.

Допущено до захисту

«__» _____ року

Завідувачка кафедри

_____ *Залеснова О.В.*

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2024

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KIEV
Departamento de Filología Hispánica, Neogriega y Traducción

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

sobre el tema:

**REPRODUCCIÓN DE LOS NOMBRES PROPIOS, APODOS Y VOCATIVOS
ESPAÑOLES. “LOS APELLIDOS QUE HABLAN POR SÍ MISMOS” COMO
UN PROBLEMA DE TRADUCTOLOGÍA**

Mazur Anastasiya

Estudiante del grupo Mmli 01-23

Facultad de Filología Románica y Traducción

Especialidad 035. 051 Filología.

Lenguas y literaturas románicas (traducción
inclusive), primera lengua – española

programa educativo:

Estudios de lingüística moderna, traducción y
comunicación intercultural (español y segunda
lengua extranjera)

Tutora académica:

Ph.D en Filología,

Profesora Titular O. Zaliesnova

Kyiv – 2024

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPITULO 1.	
LOS NOMBRES PROPIOS COMO PORTADORES DE INFORMACIÓN.....	9
1.1. El concepto de «nombre propio» en lingüística.....	9
1.2. Clasificación de los nombres propios.....	16
1.3. Los nombres propios en los estudios de traducción: un enfoque cognitivo.....	25
1.4. Los nombres propios como objeto de traducción.....	28
Conclusiones del primer capítulo.....	36
CAPÍTULO 2.	
PECULIARIDADES DE LA TRADUCCIÓN DE LOS NOMBRES PROPIOS: ASPECTOS PRÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.....	38
2.1. Particularidades de la traducción de los nombres y apellidos en la literatura.....	38
2.2. «Apellidos que hablan por sí mismos», apodos y métodos de su traducción.....	49
2.3. Particularidades de la traducción de los nombres propios en los textos audiovisuales.....	54
2.4. Aspectos específicos de la traducción de los nombres propios en el contexto del marketing moderno.....	58
2.5. La expansión cultural y su repercusión en la traducción de los nombres propios.....	61
2.6. Perspectivas de investigación en el ámbito de la traducción de los nombres propios.....	63
Conclusiones del segundo capítulo.....	65
CONCLUSIONES GENERALES.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	72
FUENTES DE ILUSTRACIONES.....	75
RESUMEN.....	76

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, en rápida evolución, la comunicación entre culturas y pueblos es cada vez más importante. La globalización, la migración y las tecnologías digitales facilitan el intercambio activo de información e ideas, lo que a su vez acentúa la necesidad de comprender y adaptar los elementos lingüísticos en contextos interculturales. Uno de los aspectos más importantes de la comunicación lingüística es la transmisión de nombres propios, en particular apellidos y discursos que son instrumentos de identificación de personas y fenómenos, así como portadores de significados culturales, psicológicos, sociales e incluso históricos.

Los nombres propios constituyen una categoría específica de vocabulario que incluye nombres, apellidos y otros marcadores de identificación de las personas. No son sólo unidades lingüísticas, sino también importantes símbolos culturales que reflejan la estructura social, las tradiciones y los valores de una sociedad. Los nombres propios suelen contener elementos que hablan de una persona o de su familia, profesión, origen, religión u otras características. Esto los hace extremadamente importantes para la investigación, ya que pueden ser a la vez objeto y sujeto de comunicación.

Los nombres propios pueden ser una especie de “contenedores culturales” que conservan la historia, las tradiciones y la mentalidad de una sociedad. Cuando se traducen, estos nombres no son sólo elementos de identificación, sino también portadores de un significado simbólico que requiere una comprensión profunda del contexto. En concreto, los “caractónimos” son una especie de rompecabezas lingüísticos que revelan capas adicionales de información sobre la persona o el fenómeno al que se refieren. Por eso, su adaptación a otra lengua se convierte en un proceso en el que es necesario preservar tanto la carga semántica como la singularidad estilística.

La actualidad del tema de la reproducción en ecraniano de los nombres propios, apellidos y apodos españoles se debe a que la traducción de nombres propios es un proceso complejo que requiere un profundo conocimiento de los aspectos

lingüísticos y culturales. Los “apellidos que hablan” o “caractónimos” son de especial interés para el estudio, ya que no sólo sirven como medio de identidad, sino que también conllevan un significado adicional que puede perderse en el proceso de traducción. Por ejemplo, un apellido que refleje una profesión o un rasgo de la personalidad puede tener un contexto cultural profundo que dificulte su adaptación a otro idioma.

El objeto de este estudio son los nombres propios, en particular los apellidos, motes y vocativos españoles, que desempeñan un papel importante en la comunicación y el uso de la lengua.

El sujeto de este estudio son las particularidades de la traducción de los nombres propios, apellidos y vocativos españoles en el contexto de su semántica, funcionalidad y significado cultural, con especial atención a los “apellidos que hablan” (caractónimos) como problema de traductología. El estudio también incluye un análisis de las estrategias de traducción y las dificultades encontradas en la adaptación de los nombres propios en la comunicación intercultural, haciendo hincapié en la preservación de su carga semántica y su contexto cultural.

El propósito de este estudio es analizar exhaustivamente las peculiaridades de la traducción de los nombres propios, apellidos y vocativos, centrándose en su significado semántico y en los aspectos culturales que surgen en el contexto de la práctica de la traducción, así como formular los principios de la estrategia del traductor en la traducción de los nombres propios. Este estudio pretende lograr una comprensión más profunda de cómo funcionan los nombres propios en la comunicación y qué retos surgen al adaptarlos en el proceso de traducción.

Para alcanzar este objetivo, se han previsto las siguientes **tareas**:

- Examinar las principales categorías de los nombres propios, sus funciones en el habla y su papel en la comunicación.

- Estudiar la naturaleza de los “caractónimos”, su semántica y especificidades de uso en diferentes contextos culturales.

- Analizar las distintas estrategias utilizadas para reproducir los nombres propios y apellidos en un texto en lengua extranjera, haciendo énfasis en la preservación de la carga semántica.

- Considerar los principales problemas que surgen al traducir nombres propios, apellidos y vocativos españoles al ucraniano y a otras lenguas, en particular, en el contexto de los “apellidos que hablan por sí mismos”.

- A partir del estudio, formular recomendaciones para los profesionales de la traducción sobre la adaptación eficaz de los nombres propios y apellidos en la comunicación intercultural.

Para alcanzar la meta y cumplir los objetivos de este estudio, se eligieron varios **métodos** científicos que garantizan la fiabilidad de los resultados y las conclusiones obtenidas. El método transformacional se utilizó para analizar las transformaciones que se producen cuando los nombres propios se adaptan a la traducción. El método de análisis comparativo y contrastivo permitió identificar diferencias y similitudes en la traducción de los nombres propios entre lenguas. El análisis lingüístico se utilizó para estudiar las peculiaridades de los nombres propios y los antropónimos, lo que nos permitió identificar sus características semánticas y estructurales. La generalización y la síntesis se utilizaron para estructurar las conclusiones de los investigadores y los datos obtenidos, y el método de clasificación se empleó para sistematizar los nombres propios españoles.

La novedad científica de los resultados obtenidos es que por primera vez se ha obtenido un análisis detallado de los “apellidos que hablan por sí mismos”, lo que permite comprender mejor su papel en la comunicación. Se han perfeccionado los métodos de análisis traductológico relacionados con la reproducción de los nombres propios, lo que ha revelado nuevos problemas y soluciones en su adaptación al contexto ucraniano.

La importancia teórica de los resultados radica en su aportación al campo de los estudios de traducción. En primer lugar, los resultados del estudio son importantes para la onomástica, ya que ponen de relieve las peculiaridades de la transmisión de los nombres propios, apellidos y vocativos españoles, en particular los “apellidos que

hablan”. Esto nos permite comprender mejor el papel de los nombres propios en la comunicación, lo cual es importante para futuras investigaciones en este ámbito.

La importancia práctica de los resultados de la investigación puede ser útil en el contexto de los estudios de traducción, en particular a la hora de elaborar recomendaciones para la adaptación de los nombres propios en las traducciones, lo que contribuye a preservar el contexto cultural. También pueden utilizarse en clases prácticas para futuros traductores, donde se estudian estrategias para adaptar nombres y direcciones en la traducción, así como su importancia para la percepción del texto en la lengua meta. Así pues, el estudio tiene importantes implicaciones lingüísticas y didácticas, en particular para cursos relacionados con la traducción, la lexicología y la comunicación intercultural.

Aprobación. Los resultados del estudio se presentaron en la VI Conferencia Científica y Teórica Internacional “The Driving Force of Science and Trends in Its Development”, organizada el 21 de junio de 2024 en Coventry (Reino Unido).

Publicaciones. Mazur, A., & Zalesnova, O. (2024). *Peculiaridades de traducción de los apellidos que hablan por sí mismos*. VI International Scientific and Theoretical Conference. Coventry, United Kingdom.

El trabajo **consta** de una introducción, dos capítulos con conclusiones a cada capítulo, conclusiones generales, una lista de referencias, una lista de ilustraciones y un resumen.

En *la introducción* se definen la pertinencia, la finalidad y la importancia del estudio, así como el objeto y los métodos de la investigación sobre la transmisión de los nombres propios, apellidos y vocativos españoles.

El capítulo 1 aborda: el concepto de «nombre propio» en lingüística; la clasificación de los nombres propios; el papel de los nombres propios en los estudios de traducción desde un punto de vista cognitivo; y las peculiaridades de los nombres propios como objeto de traducción.

El capítulo 2 analiza: las peculiaridades de la traducción de los nombres y apellidos en la literatura; los nombres propios, los apodos y los métodos de traducción; las particularidades de la traducción de los nombres propios en los textos

audiovisuales; los aspectos singulares de la traducción de los nombres propios en el marketing moderno; la expansión cultural y su impacto en la traducción de los nombres propios; y las perspectivas de investigación en el campo de la traducción de los nombres propios.

Las conclusiones generales resumen los resultados del estudio y su importancia práctica.

La bibliografía contiene una lista de referencias.

Las fuentes de las ilustraciones proporcionan información sobre los textos utilizados, de los que se ha tomado el material real del trabajo.

El resumen expone brevemente los principales resultados del estudio.

CAPÍTULO 1

LOS NOMBRES PROPIOS COMO PORTADORES DE INFORMACIÓN

1.1 El concepto de “nombre propio” en lingüística

Los nombres propios son un importante objeto de estudio de la lingüística porque no sólo individualizan objetos concretos, sino que también reflejan aspectos complejos del funcionamiento lingüístico y de la percepción del mundo. A diferencia de los nombres comunes, que denotan categorías o clases enteras de objetos (por ejemplo, “*ciudad*” o “*empresa*”), los nombres propios indican referentes únicos, con una riqueza semántica y cultural específica. En muchas lenguas, entre ellas el inglés, los nombres propios se distinguen por su carácter ortográfico: siempre van en mayúscula, lo que facilita su identificación en un texto.

Gloria Riera Rodríguez define los nombres propios de la siguiente manera: “El nombre propio (NP) es una subclase gramatical de la categoría nombre” [55, p.120].

El erudito francés F. Bruno escribió que “la frontera entre los nombres propios y los comunes es relativa. Los sustantivos cambian constantemente de un tipo a otro”, lo que significa que la distinción entre sustantivos propios (nombres de personas, topónimos, etc.) y comunes (palabras corrientes que denotan conceptos generales) no es rígida y definitiva. Los sustantivos pueden cambiar de estatus: los propios pueden convertirse en comunes y viceversa. Por ejemplo, los nombres de personas o marcas pueden convertirse en palabras comunes para un determinado tipo de producto o acción, como ocurrió con la palabra “*googlear*” (del nombre de la empresa Google).

A su vez, John Stuart Mill subraya en su trabajo que los nombres propios no tienen significado connotativo: “una ciudad puede haberse llamado Dart-mouth porque está situada en la desembocadura del Dart. Si la arena ahogara la desembocadura del río o un terremoto cambiara su curso y lo alejara de la ciudad, el nombre de la ciudad no cambiaría necesariamente. Ese hecho, por lo tanto, no puede formar parte del significado de la palabra; porque de lo contrario, cuando el hecho dejara confesadamente de ser cierto, a nadie se le ocurriría ya aplicar el nombre” [38-

39, p.120]. La teoría tiene sus críticos. Por ejemplo, W. F. H. Nicolaisen en su obra “Are there Connotative Names?” demostró que “los nombres propios connotativos existen, como parte de un onomasticon social, cultural, histórica e individualmente configurado” [51, p.42].

El estudio de los nombres propios abarca diversos enfoques, desde el análisis semántico y la etimología histórica hasta el estudio de los contextos socioculturales de su uso [4]. Los lingüistas estudian cómo evolucionan los nombres propios a lo largo del tiempo, qué influencias afectan a su estructura y significado y cómo interactúan con otras unidades lingüísticas.

Igualmente importante es el enfoque interlingüístico del estudio de los nombres propios en lingüística, que se centra en comparar y contrastar el uso de los nombres propios en distintos sistemas lingüísticos. Este enfoque tiene en cuenta que los nombres propios pueden tener formas, estructuras y funciones diferentes según la lengua en la que se utilicen. [34].

Algunos lingüistas, por ejemplo, Karpenko O., han estudiado los nombres propios utilizando el enfoque cognitivo. Se cree que “los nombres propios llegan principalmente al lenguaje del cerebro desde el “gran mundo”, es decir, desde fuera del yo del propietario del léxico mental” [9]. Cuando aprendemos nuevos nombres propios, solemos aprenderlos de otras personas, de libros, medios de comunicación o de la experiencia personal al interactuar con el mundo. En otras palabras, los nombres propios no son una invención interna de cada individuo, sino que se toman prestados del entorno externo y se introducen en el léxico propio a través de la percepción y el aprendizaje.

También existe un concepto equivalente a “nombres propios” – “nombres de uno solo” que indica individualidad y unicidad [41, p.27]. Sirven para identificar directamente a personas, lugares u objetos concretos, sin necesidad de contexto adicional.

El concepto de nombres propios también se designa con una terminología más científica: “onimas”. Según la Enciclopedia de la Ucrania Moderna, las onimas son “palabras o frases que denotan objetos individuales. A diferencia de los nombres

comunes, que en su significado unen una serie de objetos similares, los nombres propios, por el contrario, individualizan el nombre del objeto, lo distinguen de la clase de objetos similares. Por ejemplo, los nombres propios Dnipro y Kyiv distinguen las realidades geográficas nombradas de una serie de realidades homogéneas, denotadas respectivamente por los nombres comunes río y ciudad. Los nombres propios se estudian mediante la onomástica, o estudios de nomenclatura. Los nombres propios incluyen: nombres de objetos geográficos (topónimos), nombres de personas (antropónimos), nombres de deidades, criaturas míticas (teónimos, mitónimos), nombres de animales (zoónimos), nombres de organizaciones, asociaciones industriales y sociales (ergónimos), nombres de periodos de tiempo, acontecimientos (cronónimos), nombres de objetos de la cultura material y espiritual (cromatónimos). El conjunto de todos los nombres propios de una lengua constituye su espacio onomástico” [15].

N. Pasik en su trabajo “Nombres propios en la fraseología y paremiología ucranianas” define los principales rasgos distintivos de los nombres propios [16]:

- Los nombres propios se asignan a objetos individuales, no a una clase de objetos que tienen una característica común inherente a todos los miembros de esta clase.

- Un objeto nombrado con un nombre propio siempre está definido con precisión y separado de los demás.

- Un nombre propio no tiene conexión directa con un concepto y no tiene una connotación clara e inequívoca a nivel lingüístico.

Así pues, los nombres propios se utilizan para identificar objetos concretos, distinguiéndolos de los nombres comunes, y no conllevan necesariamente una carga semántica comprensible sin contexto.

El concepto de nombres propios está estrechamente relacionado con el término identificación. Los nombres propios son un medio de identificación individual de personas, lugares geográficos, fenómenos u otras entidades únicas. En lingüística, desempeñan una función referencial, que es un vínculo directo entre un nombre y su referente. Así, un nombre propio se refiere a un objeto o persona concretos,

distinguiéndolos de los demás y estableciendo una designación clara para su identificación. En concreto, con la ayuda de los nombres propios, es decir, los nombres, una persona se integra en la sociedad y recibe reconocimiento legal como persona independiente. En las sociedades modernas, el proceso de identificación incluye la inscripción obligatoria del nacimiento, que implica la asignación de un nombre, un apellido y, en algunas culturas, un patronímico. Esto confiere al niño el estatus de individuo que puede disfrutar de los derechos sociales y las prestaciones que ofrece el Estado [24, p.465-471].

Los nombres propios se utilizan ampliamente en la literatura. Tienen muchas funciones que contribuyen a una comprensión más profunda del texto, los personajes y los temas [36]. Entre estas funciones se encuentran:

1. Función identificadora: los nombres propios se utilizan para reconocer e identificar personajes, lugares, acontecimientos y otros objetos de una obra, lo que permite al lector navegar fácilmente por el texto y distinguir entre los distintos elementos de la trama.

2. Función clasificatoria: los nombres propios ayudan a organizar una obra situando personajes, lugares o acontecimientos en categorías o grupos específicos. Esto ayuda a crear una imagen sistemática del mundo de la obra.

3. Función de caracterización los nombres propios pueden reflejar los rasgos de carácter de los personajes, sus cualidades personales o su estatus social. Los nombres suelen tener significados etimológicos o asociaciones que añaden una capa adicional de información sobre un personaje.

4. Función asociativa: los nombres propios pueden evocar ciertas asociaciones en el lector al remitir a contextos históricos, culturales o mitológicos conocidos. Esto enriquece el texto con significados adicionales y permite al lector establecer conexiones con otros conocimientos u obras.

5. Función estética: los nombres propios pueden tener un valor estético, creando un determinado estado de ánimo o atmósfera en una obra. El uso de nombres inusuales, eufónicos o exóticos puede añadir expresión artística a un texto e influir en la percepción del lector.

6. Función de ilusión: los nombres propios pueden utilizarse para crear la ilusión de realidad o fantasía, ayudando a sumergir al lector en el mundo ficticio de una obra. Esto contribuye a aumentar la credibilidad del mundo ficticio y mantiene la intriga.

7. Función mitificadora: los nombres propios pueden contribuir a crear o mantener estructuras e imágenes mitológicas en una obra. Esto puede incluir el uso de nombres asociados a mitos, leyendas o textos religiosos, lo que añade una dimensión arquetípica y profundidad al texto.

Los nombres propios son muy utilizados por los autores de ficción. En literatura, los nombres propios desempeñan una función importante porque definen y distinguen personajes, lugares y objetos, haciéndolos únicos y memorables [45]. Esto facilita la comprensión de la historia por parte de los lectores. Los nombres propios también pueden aportar características adicionales a personajes o lugares, destacar su importancia en la obra y crear una atmósfera determinada. Reflejan contextos culturales, históricos y geográficos y añaden autenticidad y profundidad a la obra. En algunos casos, los nombres propios tienen un significado simbólico que ayuda a revelar los temas o ideas principales que el autor intenta transmitir. Por ello, los nombres propios se han dividido en dos categorías: nombres con motivación más transparente y nombres menos transparentes. Donde “los nombres con motivación transparente son aquellos cuyo efecto de sentido puede ser percibido con facilidad por los receptores”, pero nombres menos transparentes “son nombres con motivación no transparente los que recurren a la etimología, al conocimiento enciclopédico o a ciertas motivaciones expresivas que toma en cuenta el escritor” [55, p.128].

Se ha señalado anteriormente que John Stuart Mill cree que los nombres propios no conllevan significado connotativo, pero en el contexto literario se traza claramente la connotación “no en sentido léxico, como ocurre con el nombre común, sino por la aportación de sentidos descriptivos de diferente índole” [48]. De este modo, los nombres propios son capaces de añadir capas y profundidad estética a un texto literario, actuando como elementos que aportan significado y sentido adicionales a los lectores.

Por tanto, los nombres propios son unidades lingüísticas únicas que individualizan objetos y reflejan aspectos complejos del funcionamiento lingüístico. La ciencia de los nombres propios se denomina onomástica. El Diccionario de la RAE define este término del siguiente modo: “ciencia que trata de la catalogación y estudio de los nombres propios; conjunto de nombres propios de un lugar o de un país” [53].

Inicialmente, la onomástica surgió como una ciencia práctica, necesaria para historiadores, geógrafos y otros especialistas. Sin embargo, con el tiempo, cuando los lingüistas empezaron a estudiar este tema, introdujeron el análisis estructural y semántico. Gracias a esto, la onomástica se ha convertido en una disciplina científica independiente que utiliza métodos lingüísticos para estudiar los nombres propios [7].

El término “onomástica” se utilizó por primera vez en la década de 1600, como señala Grace de Jesús Álvarez en su obra “Topónimos en apellidos hispanos”, aunque la historia de la onomástica se remonta al antiguo Egipto, hace unos 5.000 o 6.000 años [27]. Los egipcios fueron los primeros en separar los nombres propios de los comunes en sus inscripciones. Enmarcaban los nombres de dioses y faraones en marcos o “anillos de nombres” (cartuchos) y más tarde los destacaban con tinta roja sobre papiro [42]. Esta práctica no sólo tenía un significado religioso, sino también social, ya que los nombres propios empezaron a utilizarse para indicar el estatus social, la pertenencia a determinadas familias y dinastías. En el futuro, con el desarrollo de las civilizaciones, surgieron nuevos sistemas de nomenclatura para reflejar los cambios culturales, políticos y económicos.

En la actualidad, el término onomástica tiene dos interpretaciones: la primera es una colección de todos los sustantivos comunes utilizados en una lengua determinada; la segunda es una rama de la lingüística que estudia los sustantivos comunes, su estructura y peculiaridades de formación [49].

La onomástica se ha dividido en varias subdivisiones, como la toponimia, la antroponimia, la etnonimia y la hidronimia, entre otras [11]. La toponimia se ocupa del estudio de los topónimos, su origen, significado y evolución [57]. La hidronimia estudia los nombres de masas de agua como ríos, lagos y mares. La antroponimia se

centra en el estudio de los nombres de las personas, incluidos nombres, apellidos, mote, y sus orígenes y significados [60]. La etnonimia estudia los nombres de pueblos, etnias y tribus. Además de estas áreas principales, existen otras especialidades que analizan los nombres de diversos objetos y fenómenos, como la zoonimia (nombres de animales) y la cosmonimia (nombres de cuerpos celestes). Entre estas áreas, la toponimia y la antroponimia son las más populares.

La onomástica está estrechamente relacionada con la etimología y la semántica [56, p.12]. El estudio de los nombres propios se basa en un análisis en profundidad, por lo que estas ciencias ayudan a desvelar el significado, el origen y la evolución de los nombres propios. La etimología examina el origen histórico de las palabras, lo que permite comprender cómo surgieron los nombres y qué cambios han sufrido a lo largo del tiempo. La semántica estudia el significado de las palabras y sus connotaciones semánticas, lo que ayuda a averiguar qué asociaciones y connotaciones conllevan los nombres propios en diferentes contextos.

La onomástica también está relacionada con la historia a través del estudio de los nombres propios y su papel en contextos culturales y sociales. La onomástica analiza la estructura, el origen y la función de los nombres, mientras que la historia utiliza estos datos para reconstruir acontecimientos y estructuras sociales del pasado. Aunque los métodos de estas disciplinas pueden diferir -los lingüistas se centran en los aspectos lingüísticos y los historiadores en los contextos sociales y culturales-, su complementariedad adquiere especial relevancia en las obras literarias. En este caso, el material onomástico puede servir de puente entre la investigación lingüística y la histórica, ayudando a comprender mejor las realidades culturales y sociales del pasado [22].

Antes de terminar, cabe destacar la importancia de los nombres propios no sólo en el ámbito de la lingüística, sino también en nuestra vida cotidiana. Como marcadores únicos de la individualidad, los nombres propios desempeñan un papel clave en los procesos de identificación, comunicación y expresión cultural. Conforman nuestra percepción del mundo, reflejando los contextos históricos, sociales y culturales en los que existimos.

La onomástica, como ciencia de los nombres propios, sigue desarrollándose, abriendo nuevos horizontes a la investigación en lingüística y otras humanidades. Las perspectivas de este campo de investigación prometen profundizar aún más en las complejas conexiones entre lengua, cultura e identidad.

1.2 Clasificación de los nombres propios

Los nombres propios abarcan un amplio abanico de realidades: desde nombres de personas y objetos geográficos hasta nombres de organizaciones, obras de arte, acontecimientos históricos e incluso conceptos abstractos [39]. Esta diversidad exige un planteamiento claro y sistemático de su clasificación, que ayude a comprender su naturaleza, funciones e interacción en el contexto lingüístico y cultural.

La clasificación de los nombres propios en lingüística se basa en diversos criterios, como la finalidad funcional, la semántica y la etimología. Esto permite organizarlos en determinadas categorías que ayudan a los investigadores a profundizar en el estudio de los procesos onomásticos. Uno de los principales lingüistas ucranianos que contribuyó a la sistematización de los nombres propios es M. Kochergan [13, p.181-261]. Propuso la división de los nombres propios en varios grandes grupos: antropónimos (nombres de personas), topónimos (nombres geográficos), teónimos (nombres de deidades), zoónimos (nombres de animales), astrónimos (nombres de cuerpos celestes), cosmónimos (nombres de zonas espaciales y constelaciones), cronónimos (nombres de periodos históricos), ideónimos (nombres de objetos de la cultura espiritual), crematónimos (nombres de objetos de la cultura material) y otros. Esta clasificación refleja las múltiples funciones que desempeñan los nombres propios en la lengua y la cultura.

Además, el Consejo Internacional de Ciencias Onomásticas (ICOS) ha propuesto un enfoque aún más detallado de la clasificación, que incluye 19 categorías principales [44]. Se trata de antropónimos (nombres de personas), astrónimos (nombres de cuerpos celestes), etnónimos (nombres de naciones y tribus), teónimos (nombres de deidades), patronímicos (nombres derivados del nombre del padre),

metonímicos (nombres derivados del nombre de la madre), zoónimos (nombres de animales) y otros. Esta clasificación presta especial atención a las diferencias entre endónimos (nombres utilizados por la población local) y exónimos (nombres utilizados por extranjeros), lo que subraya la importancia del contexto cultural en el proceso de denominación.

Según William Bright, los nombres propios se dividen en dos tipos: “Uno de ellos son los nombres de lugares o toponimos; el otro son los nombres personales, para los cuales no tenemos un término comúnmente utilizado derivado del griego, pero que a veces se llaman antropónimos” [29, p.671].

También existe una clasificación más amplia de los nombres propios, dividida en cinco categorías [23]:

1. Nombres propios: son los nombres de personas, nombres geográficos, nombres de países, ciudades, etc.
2. Términos institucionales históricos: son los nombres de organizaciones, instituciones o eventos históricos.
3. Términos institucionales internacionales: nombres de organizaciones, instituciones o eventos internacionales que son reconocidos y funcionan a nivel internacional.
4. Términos institucionales nacionales: nombres de organizaciones o instituciones nacionales que operan dentro de un país determinado y que no necesariamente son reconocidas a nivel internacional.
5. Términos culturales: nombres relacionados con objetos culturales, fenómenos o instituciones que son parte del patrimonio cultural de un pueblo o región.

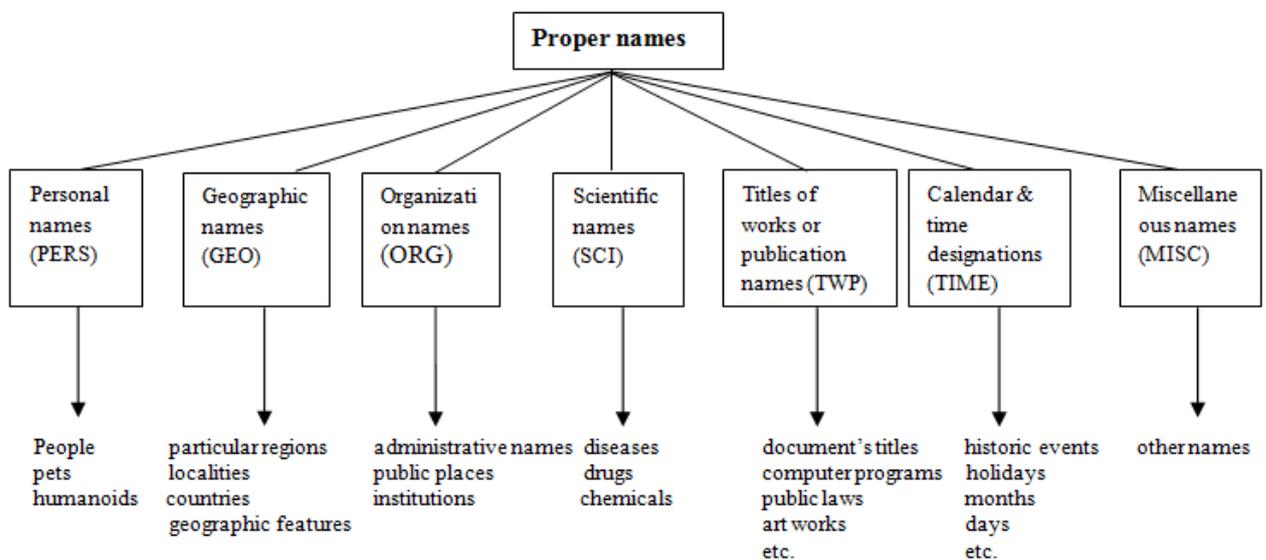
Sin embargo, los académicos han reducido estas categorías a tres [23]:

1. Nombres de personas (reales y ficticios): incluye los nombres de personas históricas reales, personas contemporáneas, así como personajes ficticios de la literatura, cine, etc.

2. Nombres de lugares (reales y ficticios): incluye nombres geográficos, como los nombres de países, ciudades, ríos, así como lugares ficticios de la literatura, cine y otras obras.

3. Nombres de objetos: incluye los nombres de diversos objetos, que pueden ser tanto reales (por ejemplo, edificios arquitectónicos, barcos, obras de arte) como ficticios.

Thao Phan Thi Thanh propuso la siguiente clasificación esquemática de los nombres propios [58]:



Imag. 1.1

Tal variedad de clasificaciones atestigua la polisemia de los nombres propios, su especificidad funcional y su importancia en los aspectos sociocultural y lingüístico. La onomástica, como ciencia de los nombres propios, desempeña un papel importante en la comprensión de los procesos lingüísticos y culturales que acompañan la formación y el uso de los nombres propios. El estudio de estos procesos tiene un considerable potencial práctico y teórico, sobre todo en el campo de los estudios de traducción, donde la traducción de nombres propios está asociada a una serie de retos relacionados con la preservación de su autenticidad y la transmisión de información cultural [35].

Los antropónimos, o nombres de personas, constituyen el grupo más numeroso de nombres propios debido al gran número de personas, tanto vivas como fallecidas. No sólo predominan numéricamente, sino que también se dividen en importantes

subtipos sociales y jurídicos, que Vincent M. Chanda describió en su obra “Issues in the Linguistics of Onomastics” [32, p.80-81]:

Nº	Término	Definición
1	Nombre de pila	El primer nombre que se da a una persona al nacer. Ejemplo: <i>María José Martínez</i>
2	Nombre medio	Un nombre adicional entre el nombre de pila y el apellido. Ejemplo: <i>María José Martínez.</i>
3	Apellido	El nombre que indica la familia o linaje de una persona. Ejemplo: <i>María José Martínez.</i>
4	Nombre de la familia	El apellido que indica la pertenencia a una familia. Ejemplo: <i>María José Martínez.</i>
5	Apodo	Un nombre informal o sobrenombre que se usa en lugar del nombre real. Ejemplo: <i>El Gordo.</i>
6	Ortónimo	El nombre real y legal de una persona. Ejemplo: <i>Su ortónimo es Juan García, aunque usa un seudónimo.</i>
7	Nombre diminutivo	Forma reducida y afectuosa de un nombre. Ejemplo: <i>Juanito en lugar de Juan.</i>
8	Hagiónimo	Nombre de un santo o santa. Ejemplo: <i>San Pedro.</i>
9	Seudónimo	Un nombre falso o artístico que usa una persona en lugar de su verdadero. Ejemplo: <i>El escritor George Orwell (seudónimo de Eric Blair).</i>
10	Nombre bíblico	Nombre que tiene su origen en la Biblia. Ejemplo: <i>Moisés.</i>

11	Caractónimo/ caracterónimo	Nombres descriptivos ayudan a identificar rasgos importantes del personaje a través del nombre. Ejemplo: <i>Doña Perfecta</i>
----	-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 1.1. Tipos de antropónimos

Cada tipo de nombre, desde los ortónimos hasta los caractónimos, tiene sus propias características y significados específicos, lo que nos permite analizar a una persona, su entorno social y sus tradiciones culturales.

Otro gran grupo de nombres propios son los topónimos. La clasificación de los topónimos es un aspecto importante de la onomástica, que permite sistematizar los topónimos y comprender su significado en el contexto de los fenómenos culturales, históricos y sociales. En su trabajo, F. Miklósyh propuso un enfoque semántico para la división de los topónimos, identificando diez grupos principales que reflejan diferentes aspectos del mundo que nos rodea. Esta clasificación se ha convertido en tradicional en la historia de la toponimia y sirve de base para futuras investigaciones en este ámbito [47]:

Nº	Término	Definición
1	Topónimos que hacen referencia a la tierra	En este grupo se incluyen los topónimos que tienen una relación directa con accidentes geográficos, como montañas, llanuras o tierras bajas. Ejemplo: <i>Sierra Nevada</i> .
2	Topónimos que hacen referencia al agua	Incluyen los nombres de ríos, lagos, mares y otras masas de agua. Ejemplo: <i>Río Ebro</i> .
3	Topónimos que hacen referencia a la vegetación	Esta categoría incluye nombres relacionados con plantas específicas o tipos de vegetación que se encuentran en la región. Ejemplo: <i>Valle de las Flores</i> .
4	Topónimos referidos a	Nombres que indican la presencia de determinadas

	la fauna	especies de animales en la zona. Ejemplo: <i>Cueva de los Murciélagos</i> .
5	Topónimos cromáticos	Se basan en las características cromáticas del paisaje o de los objetos. Ejemplo: <i>La Ciudad Blanca</i> .
6	Topónimos de edificios	Nombres que hacen referencia a edificios o elementos arquitectónicos concretos. Ejemplo: <i>Palacio Real</i> .
7	Topónimos que hacen referencia a ocupaciones de personas	Esta categoría incluye nombres relacionados con profesiones u oficios que predominan en la zona. Ejemplo: <i>Villanueva</i>
8	Topónimos que denotan herramientas de trabajo	Nombres que se asocian a herramientas o medios utilizados en determinados tipos de actividad. Ejemplo: <i>Molino del Rey</i> .
9	Topónimos que denotan nombres étnicos	Este grupo incluye nombres asociados a grupos étnicos o culturales específicos. Ejemplo: <i>Pueblos Indígenas</i> .
10	Topónimos relacionados con el orden social	Nombres que reflejan estructuras sociales o características políticas. Ejemplo: <i>Ciudad de los Reyes</i> .

Tabla 1.2. La división de los topónimos

Recorreremos brevemente las siguientes categorías menos numerosas de nombres propios. Los teónimos son uno de los objetos clásicos de los estudios onomásticos, que se refieren a los nombres de dioses y deidades en sistemas religiosos y mitológicos. El teónimo, como categoría de nombres propios, se caracteriza por un alto nivel de connotación sagrada y simbolismo [26]. En la tradición cristiana de España, teónimos centrales incluyen *Dios*, *Jesucristo*, y *María*. Cada uno de estos nombres lleva consigo un rico contexto simbólico relacionado con

las creencias religiosas y también con rituales socioculturales. Los teónimos funcionan como signos de fe que sostienen la identidad de visión del mundo de los hablantes.

En el caso de la mitología antigua, que ha dejado una profunda huella en la cultura occidental, encontramos teónimos como *Júpiter* (Zeus romano) o *Apolo*. Un aspecto importante del análisis onomástico de los teónimos es su potencial intertextual: estos nombres a menudo sirven como marcadores simbólicos en textos literarios y culturales, contribuyendo a la formación de ciertos marcos culturales.

La regla principal de traducción para los teónimos es preservar el nombre sin cambios significativos, para no distorsionar el contexto religioso o mitológico. Por ejemplo, en la traducción de nombres de dioses griegos o romanos (*Zeus* — *Зевс*, *Júpiter* — *Юпитер*), prevalece la transcripción o transliteración. Sin embargo, en el caso de los teónimos cristianos, como *Dios* o *Jesucristo*, son posibles formas adaptadas, como *Бог* o *Исус Христос*, que corresponden a las tradiciones de la lengua receptora.

Los zoonimos, o nombres propios de animales, juegan un papel significativo en contextos culturales y literarios. Como categoría onomástica, pueden designar tanto seres míticos como animales reales, que desempeñan una función simbólica en diversos discursos [31]. El análisis filológico de los zoonimos también requiere atención a las llamadas características antropomórficas que a menudo se asignan a los animales en las obras literarias. Nombres como *Luna* o *Rex*, que se encuentran en el español contemporáneo como nombres de mascotas, pueden tener una carga simbólica o emocional.

La traducción de zoonimos puede variar desde el calco hasta la adaptación, dependiendo de cuán importante sea el nombre propio del animal para la comprensión del texto.

Los astrónimos, que designan cuerpos celestes, son un componente importante tanto de la onomástica científica como cultural [5]. Los nombres propios de planetas, estrellas y galaxias, como *Marte*, *Venus* y *Sirio*, están asociados a ciertos objetos del cosmos, pero a menudo contienen rasgos de la tradición mitológica o histórica. Es

importante destacar que estos nombres no solo cumplen una función denotativa (nombran un cuerpo celeste), sino que también llevan consigo la huella de la semántica cultural, que se puede rastrear en formas como imágenes literarias o mitos culturales.

En este contexto, la interpretación de los astronimos también requiere tener en cuenta los desplazamientos históricos en la comprensión del cosmos, donde, por ejemplo, los mitos clásicos en ciertas culturas se han combinado con nuevas concepciones científicas, enriqueciendo el campo semántico de los astronimos con nuevos elementos.

Los nombres de planetas, estrellas y otros objetos cósmicos suelen traducirse mediante calco o transliteración. Por ejemplo, *Mars* — *Марс*, *Venus* — *Венера*. Es importante mantener la unificación de la terminología científica en diferentes lenguas.

Los cosmonimos son una subcategoría específica de los astronimos, que designan zonas cósmicas y constelaciones. En este caso, nos encontramos con nombres propios que a menudo provienen de material mitológico, como la constelación de *Orion* o *Andrómeda*. El análisis lingüístico de los cosmonimos implica el estudio del discurso mitológico y astronómico, que forma una capa sincrética particular de la cultura.

Desde un punto de vista filológico, los cosmonimos son de interés debido a su capacidad para combinar el conocimiento científico sobre el universo con las concepciones culturales e históricas sobre él, creando un mapa simbólico del mundo celestial.

Los cosmonimos se traducen mayormente por calco o permanecen sin cambios. Por ejemplo, la constelación de Orion se traduce como *Орион*, y Andrómeda se traduce como *Андромеда*. Sin embargo, en algunos casos, si el nombre de la zona cósmica no tiene una traducción establecida, es posible utilizar la transcripción.

Los cronónimos son nombres propios de períodos históricos o épocas, que fijan ciertos segmentos de tiempo en la conciencia de los hablantes. Por ejemplo, el

nombre *La Edad Media* o *La Edad de Oro* no solo indican límites cronológicos, sino que también forman estereotipos culturales sobre ciertas épocas históricas.

Desde un punto de vista lingüístico, los cronónimos tienen una función importante en la estructuración de la experiencia histórica, ya que pueden influir en la memoria colectiva y la identidad sociocultural, definiendo épocas en términos de sus eventos y símbolos clave.

Los cronónimos son nombres de períodos históricos, y su traducción está relacionada con la experiencia cultural e histórica. Los nombres de períodos, como *La Edad Media*, a menudo tienen equivalentes establecidos, por lo que el calco es la estrategia más común aquí.

Los ideónimos se refieren a los nombres de objetos de la cultura espiritual, como obras literarias, sistemas religiosos o conceptos filosóficos. Por ejemplo, *El Quijote* (Don Quijote) no es solo el título de una obra literaria, sino también un símbolo cultural que define toda una época en la cultura española. Los ideónimos poseen un fuerte potencial cultural y conceptual, ya que a través de ellos se transmiten ideas filosóficas y estéticas.

Los ideónimos se traducen de acuerdo con las normas de transferencia de nombres de objetos intelectuales. Los nombres de obras literarias pueden calcarse o permanecer en su forma original, dependiendo de cuán conocido sea el nombre en la cultura de la lengua receptora. Por ejemplo, el título *El Quijote* en la traducción al ucraniano se mantiene como *Дон Кіхот*, teniendo en cuenta la tradición.

Los caracónimos son nombres propios de objetos de la cultura material, como marcas comerciales, construcciones arquitectónicas o productos industriales. Por ejemplo, *Sagrada Familia* en Barcelona o *Zara* como marca no son solo nombres de objetos de la realidad material, sino también marcadores del patrimonio cultural y del mercado contemporáneo. En el plano onomástico, los caracónimos registran aspectos importantes de la historia económica y cultural.

Los caracónimos a menudo permanecen sin cambios, especialmente en el caso de marcas o objetos bien conocidos. Por ejemplo, *Zara* o *Sagrada Familia* no se traducen, ya que forman parte del contexto cultural internacional. Sin embargo, en

algunos casos, especialmente cuando se trata de objetos locales, puede ser apropiado aplicar la transcripción o la adaptación para facilitar la comprensión.

Así, cada categoría de nombres propios, desde los antropónimos hasta los caractónimos, lleva consigo un conjunto único de significados que van más allá del mero valor léxico y afectan la percepción del texto en la cultura meta. El traductor se enfrenta al dilema de cómo preservar con la mayor precisión posible tanto el significado denotativo como todos los matices culturales. Los estudios de traducción contemporáneos subrayan que los nombres, incluso cuando se dejan sin cambios, transmiten narrativas complejas inherentes a la cultura original. De esta manera, el traductor actúa no solo como intermediario entre lenguas, sino también como creador de una nueva realidad cultural, donde los nombres propios se convierten en claves para comprender otra lengua, su historia y sus valores.

1.3 Los nombres propios en los estudios de traducción: un enfoque cognitivo

La lingüística cognitiva es una rama de la lingüística que estudia la relación entre el lenguaje y los procesos cognitivos humanos, como el pensamiento, la percepción, la memoria y la atención [33]. Se basa en la idea de que la mente humana es un sistema multinivel formado por varios subsistemas que procesan y comprenden información. El lenguaje, en este contexto, se considera uno de los principales sistemas cognitivos que sirve de medio para materializar y comunicar los resultados de la actividad de la mente [12].

La revolución cognitiva que tuvo lugar en la década de 1960 provocó cambios significativos en la psicología y otras disciplinas. La idea principal de la ciencia cognitiva es que la comprensión de la conducta y la cognición humanas puede lograrse mediante el estudio de procesos cognitivos como la percepción, la memoria, el pensamiento y el habla [54].

Antes de esta revolución, la psicología se había centrado sobre todo en el comportamiento y su observación, lo que era característico del conductismo. Sin

embargo, el giro cognitivo hizo hincapié en la importancia de los procesos cognitivos internos e introdujo nuevas formas de entender cómo las personas procesan la información, crean conocimiento y toman decisiones.

El enfoque cognitivo del estudio de los nombres propios en la lingüística moderna se basa en la concepción de la lengua como un sistema cognitivo integrado que refleja y estructura los procesos mentales de un individuo. Las onimas, o nombres propios, son unidades lingüísticas especiales que desempeñan una función cognitiva clave: la identificación y categorización de objetos en los mundos reales o imaginarios, artísticos. La lingüística cognitiva considera los nombres propios como signos léxicos convencionales, así como elementos que contienen información conceptual multinivel fijada en las estructuras cognitivas del hablante. Esta información incluye aspectos culturales, históricos y sociales que influyen en los procesos de nominación y percepción de los objetos nombrados [8].

En lingüística también existe el concepto de marco. Los marcos son estructuras cognitivas que organizan nuestro conocimiento y experiencia del mundo [10, p.139-144]. Cuando un nombre propio aparece en un texto, puede formar parte de un determinado marco que active ciertas asociaciones en los hablantes nativos. Por ejemplo, los nombres de ciudades, personajes históricos o marcas que aparecen en un texto pueden conllevar una serie de connotaciones culturales e históricas comprensibles para los lectores del texto original por su pertenencia a determinados marcos. El traductor se enfrenta a la tarea de recrear esos marcos o encontrar equivalentes que transmitan las mismas conexiones asociativas en otra cultura. De lo contrario, puede perderse el sentido profundo del nombre o su significado cultural.

Los marcos también ayudan a los traductores a navegar por la categorización de los nombres propios, sobre todo cuando se trata de traducir topónimos, antropónimos u otras realidades y acontecimientos culturales. Los nombres de personajes históricos famosos suelen evocar marcos asociados a determinados acontecimientos históricos o fenómenos culturales. Por ejemplo, el nombre «Napoleón» en el contexto francés o europeo se asocia a campañas militares, política y ambiciones imperiales. Este marco afecta a la percepción del nombre, aunque se mencione en sentido metafórico.

Esto significa que los marcos en la traducción de nombres propios ayudan a revelar las conexiones entre lengua, cultura y modelos mentales que existen entre los hablantes de una determinada cultura. La traducción de nombres propios mediante un enfoque cognitivo que tenga en cuenta los marcos pretende garantizar que estas conexiones se conserven en la medida de lo posible, lo cual es importante para lograr la equivalencia entre el original y la traducción.

La idea de que la equivalencia en la traducción debe buscar la identidad de la imagen, no sólo la imitación de la forma de los nombres propios, es fundamental para el enfoque cognitivo de la traducción. La transposición o transliteración puede preservar la similitud sonora o gráfica, pero no siempre reproduce las imágenes, asociaciones y marcos culturales asociados al nombre propio en el texto original. Es decir, el traductor se enfrenta a la tarea de transmitir lo que el nombre propio evoca en la mente del hablante nativo de la lengua de partida [38].

A veces, un nombre propio puede ser tan rico en asociaciones en la lengua de partida que resulta muy difícil encontrar un nombre similar o una imagen equivalente en la lengua de llegada. Esto puede dar lugar a que el nombre transcrito en la traducción no active realmente ninguna asociación o marco para los hablantes nativos de la lengua meta. En estos casos, la tarea del traductor consiste en equilibrar la transferencia de la forma y la recreación de una imagen, posiblemente adaptando o añadiendo explicaciones en el texto para activar dichos marcos. Por ejemplo, el nombre *Almodóvar* (Pedro Almodóvar) en el contexto español se asocia a un destacado director de cine español. Transcrito como *Альмодовар*, este nombre puede no tener la misma carga cultural para los lectores no familiarizados con el cine español. Para preservar la imagen, puede añadir una explicación, por ejemplo *Альмодовар, відомий іспанський кінорежисер*. Este enfoque ayuda a transmitir asociaciones importantes y el contexto cultural.

Así pues, el enfoque cognitivo de la traducción de nombres propios, en particular a través del prisma de los marcos y las asociaciones culturales, proporciona a los traductores una poderosa herramienta para lograr precisión y una comprensión más profunda en el proceso de reproducción de los objetos nombrados y, de este

modo, teniendo en cuenta las estructuras cognitivas, los traductores pueden reproducir con mayor eficacia la traducción de los nombres propios.

1.4 Los nombres propios como objeto de traducción

Una traducción adecuadamente adaptada es fundamental para la percepción de un texto, ya que garantiza la transmisión precisa del significado, teniendo en cuenta las características culturales, sociales y lingüísticas de la lengua del público de destino. Una traducción eficaz debe mantener no sólo la equivalencia semántica, sino también la pragmática, es decir, el estilo, el tono, las connotaciones y las realidades culturales del original [25]. Así se evitan desplazamientos y distorsiones semánticas que pueden dar lugar a malentendidos o a la pérdida de mensajes clave. Una adaptación correcta garantiza la adecuación comunicativa, es decir, la capacidad del texto para evocar la reacción esperada en los lectores y asegurar el nivel de comprensión deseado. Por tanto, la tarea del traductor no consiste sólo en traducir correctamente el nombre propio, sino también en transmitir el significado que encierra.

La traducción de nombres propios, a su vez, es una tarea más difícil que la traducción de nombres comunes. Este aspecto de los estudios de traducción requiere un enfoque especial debido a su singularidad e importancia para identificar objetos, personas, lugares, fenómenos o acontecimientos específicos [40].

Hoy en día, en el proceso de traducción, el énfasis se desplaza del texto de origen al texto de destino, así como del público primario al nuevo público lector [28, p.40]. Esto subraya la importancia de tener en cuenta el contexto en el que tiene lugar la traducción, ya que las estrategias de traducción siempre dependen de las condiciones específicas de tiempo y espacio, así como del estilo personal y la experiencia del traductor. En el proceso de traducción moderno, es crucial adaptar el texto a las necesidades del público destinatario, preservando al mismo tiempo el espíritu y el significado del original.

La traducción de nombres propios, en particular de nombres geográficos y de personajes históricos, se basa a menudo en tradiciones establecidas que se han desarrollado a lo largo de muchos años de uso en una comunidad lingüística concreta. Estas tradiciones garantizan la continuidad y la reconocibilidad de los nombres propios en las traducciones, incluso si la representación de su sonido original difiere de la forma en que se pronuncian en la lengua de origen. Por ejemplo, la grafía *Japón* se ha impuesto en ucraniano, aunque *Nihon* se acercaría más al sonido original.

Sin embargo, el traductor puede tomar la iniciativa en los casos de personajes ficticios o nombres poco conocidos para los que no existe una tradición establecida. Esto permite crear nuevas formas más acordes con el sonido original, sobre todo si enfatizan determinadas características del texto o el estilo del autor.

Antes de traducir nombres propios, conviene comprobar si existe una traducción establecida en los diccionarios correspondientes. Si un nombre propio es poco conocido o de nueva formación, el traductor debe encontrar la manera adecuada de traducirlo, teniendo en cuenta las peculiaridades culturales, los matices estilísticos y el contexto, para garantizar la exactitud y adecuación del significado [17].

La cuestión de la calidad de la traducción está constantemente en el punto de mira de los estudios de traducción, y uno de los conceptos clave que permiten evaluar este proceso es el de adecuación y equivalencia. Estos dos términos se utilizan para evaluar tanto el proceso de traducción como el producto final. A pesar de su importancia, los conceptos de equivalencia y adecuación son interpretados por los investigadores de diferentes maneras, lo que da lugar a planteamientos ambiguos en su aplicación práctica. Por ejemplo, así describe Zakharova estos dos conceptos en su estudio: “Tanto la categoría de “equivalencia” como la de “adecuación” tienen un carácter evaluativo y normativo. Pero mientras que la equivalencia se centra en los resultados de la traducción, la adecuación está relacionada con la elección de una estrategia de traducción adecuada a la situación comunicativa. Existe otra diferencia fundamental entre los conceptos de equivalencia y adecuación. Mientras que la

equivalencia plena implica una interpretación completa del texto original, la adecuación debe cumplir determinadas condiciones y objetivos. El criterio de adecuación es que cualquier desviación de la equivalencia debe deberse a una necesidad objetiva, no a la arbitrariedad del traductor” [7].

La adecuación de la traducción implica no sólo preservar el significado léxico, sino también la conformidad con la función estética global del texto original. En el contexto de los nombres propios, esto significa que el traductor debe preservar tanto las capas semánticas como culturales del significado de los nombres. Esto es especialmente cierto en el caso de categorías de nombres propios como teónimos (nombres de dioses), zoónimos (nombres de animales), astrónimos (nombres de cuerpos celestes), ideónimos (nombres de objetos de la cultura espiritual), etc. Por ejemplo, al traducir teónimos, a menudo se plantea la cuestión de si conviene conservar el nombre original, que puede no ser comprendido por el público destinatario, o adaptarlo al contexto cultural local.

La equivalencia, por su parte, se centra en la proximidad lingüística entre el texto original y la traducción. En el caso de los nombres propios, esto puede suponer un reto, ya que su significado a menudo no puede transmitirse literalmente sin perder su contexto cultural. Por ejemplo, nombres como *Don Quijote* o *Hamlet* tienen un impacto cultural tan fuerte que adaptarlos o traducirlos puede perturbar asociaciones culturales profundamente arraigadas. Sin embargo, en algunos casos, la traducción de nombres propios exige un compromiso entre mantener la equivalencia y la adecuación, sobre todo en textos en los que los nombres tienen una importante función artística o simbólica.

La importancia de preservar tanto la adecuación como la equivalencia es especialmente evidente en los textos literarios, donde los nombres propios pueden formar parte de un subtexto ideológico o cultural. Tomemos como ejemplo la traducción de nombres propios en la serie de novelas de Terry Pratchett *Mundodisco*. Estos nombres no sólo tienen una función nominativa, sino también descriptiva, ya que crean una determinada imagen de un personaje o lugar para el lector. Al traducir a otras lenguas, como el ucraniano y el español, los traductores

tienen que preservar estas capas culturales y simbólicas, lo que hace que el proceso de traducción sea especialmente difícil. Por ello, tanto la adecuación como la equivalencia se convierten en herramientas importantes para garantizar la calidad de la traducción de tales obras.

El problema de la traducción de nombres propios fue estudiado por Van Coillie's. En su trabajo, desarrolló las siguientes técnicas de traducción [59]:

Reproducción	Los nombres propios se mantienen en su forma original
Sin traducción, con explicaciones adicionales	Adición de explicaciones en forma de nota a pie de página o comentario, entre paréntesis
Adaptación fonética y morfológica a las peculiaridades de la lengua meta	Recreación de un nombre propio mediante transcripción fonética o adaptación morfológica
Sustitución de un nombre propio por un nombre común	Selección de un sustantivo que describa a un personaje o persona
Exónimo	Sustitución de nombre por el análogo apropiado en la lengua de llegada
Sustitución	Sustitución de un nombre por otro de la lengua de llegada
Sustitución por un nombre más conocido de la cultura original o un nombre reconocido internacionalmente con una función similar	Elección de un nombre fácilmente reconocible, preservando el contexto extranjero.
Traducción de nombres con cierta carga semántica	Transmisión de connotaciones en la lengua meta cuando los nombres tienen significados específicos
Sustitución por un nombre con una	Adición o modificación de la

connotación diferente o adicional	connotación de un nombre
Supresión	Omisión de los nombres propios

Tabla 1.3. Técnicas de traducción

Existen varias estrategias efectivas para la traducción de los nombres propios:

1. Transcripción. Es la transmisión del sonido de una palabra en una lengua extranjera mediante letras del idioma de destino, con la máxima correspondencia fonética a su forma original [14]. Por ejemplo, *Madrid – Мадрід, Barcelona – Барселона; Дніпро – Dnipró, Харків – Járkiv; Juan – Хуан, María – Марія; Андрій – Andriy, Ольга – Olga*. La transcripción puede ser efectiva en la traducción de nombres propios porque conserva la pronunciación original y facilita la identificación del nombre en el otro idioma. Entre las desventajas, la transcripción a veces puede dificultar la comprensión y percepción, especialmente si los sistemas fonéticos de los idiomas original y de destino son muy diferentes (como en los casos del español y el japonés). En tales situaciones, pueden surgir problemas de pronunciación y escritura, lo que puede llevar a malentendidos o al uso incorrecto del nombre.

2. Transliteración. Proceso de representar palabras mediante el uso de un alfabeto distinto. Por ejemplo, *Salvador Dalí (Сальвадор Далі)*. Es decir, es un método efectivo para la traducción de nombres propios cuando se busca una correspondencia inequívoca. Este método se utiliza con mayor frecuencia en la traducción de documentación o bases de datos en contextos internacionales. La transliteración facilita la identificación de nombres y reduce el riesgo de malentendidos y errores durante la traducción.

3. Calco. Se utiliza “como la traducción de las partes de una palabra extranjera (compuesta, derivada o locución) con la posterior combinación de sus elementos en un todo” [21, p.3]. La efectividad del calco radica en su capacidad para transmitir no solo la forma fonética, sino también el significado, lo que contribuye a una comprensión y percepción más profunda del texto traducido por los hablantes del idioma de destino. Por ejemplo, la traducción de *King Richard the Lionheart* como *Король Річард Левине Серце* conserva el sentido del nombre original, mientras que

la transliteración podría haberlo perdido. Otros ejemplos de calco incluyen: *Prince Yaroslav the Wise* - *Князь Ярослав Мудрий*, *White House* – *Білий дім*, *Golden Gate* – *Золоті ворота*.

4. Transposición. Este método se basa en el principio de correspondencia etimológica, que implica el uso de nombres propios en diferentes lenguas, que morfológicamente se diferencian y no tienen un origen lingüístico común, para la designación mutua. En la transposición, un elemento lingüístico, que puede ser una palabra o parte de una palabra, se integra en el idioma ucraniano utilizando medios léxicos análogos aplicados en la lengua de origen. Este proceso supone la reproducción exacta o casi exacta de las características morfológicas, fonéticas y semánticas del original [19, p.241]. Por ejemplo, los nombres *Nicholas* – *Миколай*, *Helen* – *Олена*, *John* – *Іван*, *Paris* – *Париж*.

5. Semi-calco. Es cuando “una parte de tales locuciones se transcodifica y la otra se calca” [3, p.16]. Esto significa que una parte del nombre se traduce o adapta de acuerdo con las normas del idioma de destino, mientras que la otra parte permanece sin cambios. Por ejemplo, *Middle East* – *Близький Схід*, *Silicon Valley* – *Кремнієва долина*, *Saint Nicholas* – *Святий Миколай*.

6. Traducción descriptiva. Este método se utiliza cuando el significado de un nombre o título se explica mediante una descripción en lugar de a través de una traducción directa, un calco, transcripción o transliteración. Generalmente, la traducción descriptiva se aplica a nombres que son difíciles o imposibles de traducir literalmente. Por ejemplo: *Spanish America* — *колишні іспанські колонії в Америці*.

7. Traducción contextual. Es un método en el que “las realidades son reemplazadas por palabras que explican su significado de acuerdo con el contexto” [18, p.111].

8. Creación de neologismos o occasionalismos. Este método se utiliza cuando no existe un equivalente adecuado en el idioma de destino, con el fin de preservar las características estilísticas o emocionales del original o transmitir el color cultural. Esto se puede lograr mediante métodos morfológicos (afijación, composición, conversión), fonéticos (imitación de la forma sonora), semánticos (desplazamiento de

significados) y léxicos (creación de palabras completamente nuevas) [20, p.173-174]. Por ejemplo, *Neverland–Небувалія*.

Según Virgilio Moya, las mejores estrategias para traducir nombres propios son [50]:

1. La equivalencia más adecuada entre la lengua de origen y la lengua de traducción en el caso de los nombres propios de personas se logra mediante la transcripción. Por lo tanto, lo más recomendable para el traductor es mantenerlos en su forma original, salvo que ya estén adaptados al español.

2. La necesidad de traducir los nombres ficticios estará directamente relacionada con la importancia simbólica que tenga dicho nombre.

3. En cuanto a los topónimos, la mejor equivalencia también se alcanza a través de la transcripción, siempre que no exista una forma establecida en español (no es necesario ser más estricto que el propio original). Sin embargo, no deberíamos dudar en modificar el nombre si los habitantes de la región así lo desean, lo cual evitaría muchos malentendidos.

Estas técnicas de traducción pueden volverse fácilmente ineficaces en manos de un traductor inexperto en las siguientes situaciones:

1. El traductor intenta traducir un nombre propio de manera literal, es decir, traduce todos sus componentes por separado. Ejemplo: traducir el nombre *Greenwood* como *Зеленедерево*. Esta traducción puede llevar a situaciones cómicas que no estaban previstas por el autor.

2. El nombre propio se adapta completamente a la cultura o al idioma de destino. Ejemplo: traducir el nombre *John* como *Іван* en casos donde no está justificado. Tal traducción puede alterar el contexto o generar una impresión equivocada sobre la nacionalidad del personaje o el lugar.

3. El traductor no toma en cuenta las particularidades culturales o los aspectos históricos asociados con el nombre propio. Ejemplo: traducir *Big Apple* como *Велике яблуко* en lugar de *Нью Йорк*. Esta traducción puede llevar a la pérdida de la especificidad cultural, lo que podría provocar malentendidos o la pérdida de matices importantes del texto original.

4. Uso de formas obsoletas o de una transcripción incorrecta de los nombres propios. Ejemplo: utilizar la forma obsoleta *Пекин* en lugar de *Бейцзин*. Este error puede hacer que el texto parezca desactualizado o incluso ofensivo para los hablantes nativos.

5. El traductor utiliza diferentes enfoques para traducir nombres propios iguales o similares dentro de un mismo texto. Ejemplo: traducir el nombre *Peter* como "Петро" en un capítulo y como *Питер* en otro. Como resultado, dicha traducción puede causar confusión en el lector, romper la coherencia del texto y disminuir la confianza en la traducción.

6. Ignorar completamente los nombres propios, cuando el traductor omite o cambia los nombres propios, sustituyéndolos por otras palabras o conceptos. Ejemplo: traducir *Mount Everest* simplemente como *гора* (montaña). Consecuencias: Esto puede privar al texto de su autenticidad y de contextos culturales o históricos importantes.

Desde hace tiempo, uno de los problemas más acuciantes y extendidos en la traducción de nombres propios, incluidos los topónimos, era la traducción incorrecta de los nombres de ciudades ucranianas en el contexto internacional. Esto era especialmente cierto en el caso de ciudades como Kharkiv, Kyiv y Lviv. Muchos traductores, por desconocimiento de los entresijos de la lengua ucraniana o por influencia de factores externos, utilizaban el sonido y la grafía rusos de estos topónimos en lugar de los ucranianos. Como resultado, versiones incorrectas como *Nikolaev*, *Kiev* u *Odesa* se han arraigado en la práctica internacional, no sólo distorsionando la pronunciación original, sino también reflejando una falta de respeto por la lengua ucraniana y su identidad. Sólo en los últimos años, gracias a los esfuerzos de los lingüistas, el público y las campañas oficiales, se han ido corrigiendo estos errores y se han establecido variantes correctas como *Mykolaiv*, *Kyiv* y *Odesa* [1].

Así pues, la elección de una estrategia de traducción de nombres propios es clave para un traductor, ya que determina la calidad de la transmisión de información culturalmente específica y garantiza la idoneidad de la percepción del texto en un

contexto de lengua extranjera. Los nombres propios, al ser marcadores de identidad nacional y cultural, suelen contener profundas connotaciones históricas, sociales y culturales que es necesario preservar para que el receptor comprenda plenamente el texto.

Conclusiones del primer capítulo

En el primer capítulo teórico del trabajo científico se ha llevado a cabo una investigación exhaustiva sobre los nombres propios como unidades lingüísticas específicas que desempeñan un papel clave en la comunicación, particularmente en el contexto de la lingüística cognitiva, la semántica y la traducción. El objetivo principal del estudio fue examinar la naturaleza de los nombres propios, su función en el habla y la traducción, así como analizar los diferentes métodos de traducción para preservar su valor cultural y semántico.

Los nombres propios son esenciales para identificar objetos concretos, como personas, lugares o cosas, y poseen una particular densidad semántica y cultural. A diferencia de los nombres comunes, que designan clases enteras de objetos, los nombres propios señalan referentes únicos.

El análisis de los nombres propios en lingüística abarca varios enfoques clave. El análisis semántico investiga los significados y los contextos en los que se utilizan estos nombres. La etimología histórica estudia su origen y desarrollo a lo largo del tiempo, mientras que el contexto sociocultural evalúa la influencia de factores sociales y culturales en su forma y función. El enfoque interlingüístico compara el uso de nombres propios en diferentes lenguas, lo que permite comprender sus variaciones y funciones en diversos sistemas lingüísticos.

El enfoque cognitivo, especialmente representado por Karpenko O, enfatiza que los nombres propios son no solo el resultado de la percepción individual, sino que también se toman del entorno externo, integrándose en el léxico lingüístico a través de procesos de percepción y aprendizaje. Los marcos, como estructuras cognitivas,

organizan nuestro conocimiento sobre el mundo y activan asociaciones al mencionar nombres propios.

La traducción de nombres propios es un componente importante de la comunicación interlingüística, que requiere precisión y atención a los aspectos culturales y semánticos. Diferentes técnicas de traducción, como la transcripción, la transliteración, el calco, la transposición y la traducción descriptiva, tienen sus ventajas y desventajas. La transcripción y la transliteración conservan la sonoridad fonética del original, pero pueden no transmitir matices culturales o semánticos. El calco mantiene el significado y las asociaciones del nombre original, mientras que la traducción descriptiva explica su significado, lo cual puede ser útil en casos donde la traducción directa no está disponible.

El estudio de los nombres propios en el contexto de la literatura demuestra que desempeñan funciones importantes, como la identificación de personajes, lugares y eventos, así como la creación de una imagen sistematizada del mundo de la obra. Pueden reflejar rasgos del carácter de los personajes, su estatus social o evocar asociaciones con contextos históricos, culturales o mitológicos, lo que otorga a los textos literarios una riqueza y profundidad.

En general, con base en la investigación realizada, se puede afirmar que los nombres propios son unidades lingüísticas complejas que desempeñan funciones importantes en la identificación y clasificación de objetos, y su traducción requiere un enfoque cuidadoso para preservar matices semánticos y culturales.

CAPÍTULO 2.

PECULIARIDADES DE LA TRADUCCIÓN DE LOS NOMBRES PROPIOS: ASPECTOS PRÁCTICOS Y METODOLÓGICOS

2.1. Particularidades de la traducción de los nombres y apellidos en la literatura

La traducción de nombres propios suele cambiar radicalmente la percepción de un texto. Los nombres, topónimos, nombres institucionales, nombres de marcas y otras unidades culturalmente específicas forman parte integrante del contexto comunicativo. Cumplen una función denotativa y también pueden contener capas semánticas ocultas asociadas a connotaciones históricas, culturales y sociales. Por eso, la forma en que se traducen estas unidades en otro sistema lingüístico puede preservar este contexto o, por el contrario, provocar su pérdida o distorsión.

Uno de los principales efectos de la traducción de nombres propios en la percepción del texto es que los nombres pueden ser portadores de determinados códigos culturales. Por ejemplo, el nombre de un personaje que tenga un cierto significado étnico o histórico puede evocar asociaciones apropiadas en el lector, lo que contribuirá a una comprensión más profunda del texto. Sin embargo, si el nombre se adapta o simplifica en el proceso de traducción sin tener en cuenta estos estratos culturales, pueden perderse connotaciones importantes. Esto, a su vez, puede afectar a la interpretación del personaje o al significado global de la obra.

Además, los nombres propios a menudo forman parte de un sistema metafórico o simbólico utilizado por el autor. A veces, estos nombres están relacionados con ciertas características del personaje o del escenario. La preservación o adaptación de tales nombres requiere que el traductor tenga un profundo entendimiento de los contextos culturales. Por ejemplo, en la obra de J. R. R. Tolkien “El Señor de los Anillos”, muchos nombres propios tienen un profundo significado etimológico y semántico que es una parte inseparable del mundo creado por el autor. La reproducción incorrecta de estos nombres puede llevar a la pérdida del significado

que ellos conllevan. Un ejemplo es el nombre de la región geográfica *Mirkwood*, que fue traducido al español como *Bosque Negro*. Aquí, el traductor se enfoca en la atmósfera siniestra del bosque utilizando la palabra *negro*, ya que el elemento *mirk* en el original tiene un significado arcaico de *oscuro* o *sinistro*, que no se transmite en el inglés moderno, pero es crucial para caracterizar el lugar.

Otro aspecto que influye en la percepción del texto es la función estilística de los nombres propios. En algunos casos, pueden tener un tono humorístico o irónico, lo cual es importante transmitir en la traducción. En situaciones donde el nombre propio es una parte clave del juego estilístico, el traductor debe encontrar una forma adecuada de reproducir este efecto. Por ejemplo, las traducciones de las obras de Lewis Carroll “Alicia en el país de las maravillas” muestran diferentes enfoques para la transferencia de nombres propios, como *The Cheshire Cat* o *The Hatter*, donde los traductores intentan conservar el tono cómico y enigmático del original. Los traductores españoles han adaptado estos nombres de personajes de la siguiente manera: *El Gato de Cheshire*, *Gato de los Deseos*, *Gato Risón* o *Gato Sonriente*, y *El Sombrero Loco*. Esta adaptación de los nombres resalta las características personales de los personajes, haciéndolos más comprensibles para el nuevo público, especialmente en el caso de los cuentos infantiles.

En los cuentos infantiles, los nombres propios, especialmente los apodos, influyen significativamente en la formación de los personajes y sus características. Los apodos descriptivos cumplen la función de acentuar las características físicas o personales de los héroes. Por ejemplo, en el cuento “Caperucita Roja” (Little Red Riding Hood), la protagonista recibe un nombre que inmediatamente apunta a su atributo distintivo: la caperucita roja. Este apodo no solo sirve para identificar al personaje, sino que también refleja su esencia, ya que el color rojo se asocia con la energía, el coraje y la vulnerabilidad. Gracias a este nombre descriptivo, los niños pueden recordar fácilmente a la heroína y percibirla como un símbolo de ciertas cualidades, lo cual es fundamental para el desarrollo de la trama.

Además, en el cuento “El Patito Feo” (The Ugly Duckling), el protagonista recibe un apodo que destaca sus características físicas y genera compasión. El

nombre *El Patito Feo* sirve para formar un vínculo emocional entre el personaje y el lector, ya que los niños pueden sentir simpatía por el héroe que no cumple con los estándares de belleza. Este apodo permite a los niños comprender una importante lección moral sobre la aceptación de uno mismo y de los demás, independientemente de la apariencia. De esta manera, a través de los nombres propios, los cuentos enseñan a los niños valores sociales importantes, ayudándoles a formar su percepción del mundo.

El traductor debe esforzarse por transmitir los nombres propios de manera que sean comprensibles para los niños. Veamos un ejemplo de traducción de apodos utilizando el cuento ucraniano “Рукавичка” y su adaptación inglesa “The old man's mitten” [62]:

Versión ucraniana	Versión inglesa	Resultado de la traducción
<i>Мишка- шкряботушка</i>	<i>Crunch-Munch the Mouse</i>	Ambas variantes tienen una rítmica sonora y utilizan efectos de sonido. El apodo ucraniano <i>шкряботкушка</i> se refiere a la costumbre del ratón de arañar algo, mientras que el inglés <i>Crunch-Munch</i> se centra más en los sonidos que hace el ratón al comer. El traductor ha adaptado con éxito el apodo, conservando su ritmicidad y significado, aunque cambiando las

		implicaciones sonoras para el auditorio inglés.
<i>Жабка-скрекотушка</i>	<i>Hop-Stop the Frog</i>	<p>Ambas variantes tienen ritmo y utilizan efectos de sonido. El <i>скрекотушка</i> ucraniano hace énfasis en los sonidos que emite la rana, mientras que el <i>hop-stop</i> inglés se refiere más a su movilidad y hábito de saltar. El apodo se ha adaptado con éxito, conservando su ritmicidad y proporcionando una pista sobre la movilidad de la rana para el público inglés.</p>
<i>Зайчик-нобізайчик</i>	<i>Fleet-feet the rabbit</i>	<p>Ambas variantes tienen ritmicidad y utilizan conceptos similares.</p> <p>La palabra ucraniana <i>нобізайчик</i> hace referencia al hábito de correr de la liebre, mientras que la inglesa <i>fleet-feet</i> subraya la velocidad y facilidad de sus movimientos.</p> <p>El apodo está bien adaptado, conserva su</p>

		significado y da una idea del carácter de la liebre al público inglés.
<i>Лисичка-сестричка</i>	<i>Smily-wily the fox</i>	<p>Ambas variantes son rítmicas. El ucraniano <i>сестричка</i> indica una relación familiar, mientras que el inglés <i>wily</i> significa astuto o tramposo.</p> <p>el apodo está perfectamente adaptado, conserva la ritmicidad y transmite al público inglés la astucia característica del zorro, aún mejor que en el original.</p>
<i>Вовчик-братик</i>	<i>Howly-prowly the wolf</i>	<p>Ambas variantes tienen ritmicidad. La versión ucraniana <i>братик</i> indica parentesco, mientras que la inglesa <i>prowly</i> sugiere depredación y agilidad. El apodo está perfectamente adaptado, conserva la ritmicidad y refleja la naturaleza depredadora característica del lobo para el público inglés.</p>
<i>Кабан-іклан</i>	<i>Snout-rout the boar</i>	<p>Ambas variantes tienen ritmicidad y utilizan</p>

		características descriptivas. La palabra ucraniana <i>іклан</i> se refiere a una parte especial del cuerpo del jabalí, el colmillo, mientras que la palabra inglesa <i>snout</i> se refiere a la nariz u hocico del jabalí. El apodo está bien adaptado, conservando los conceptos clave.
<i>Ведмідь-набрідь</i>	<i>Grumbly-rumbly the bear</i>	Ambas variantes tienen ritmicidad. El ucraniano <i>набрідь</i> indica un oso torpe, mientras que el inglés <i>rumbly</i> enfatiza las propiedades del sonido, pero también puede indicar una voz sorda o gruñona.

Tabla 2.1. Traducción de apodos

La traducción de los apodos en el cuento “Рукавичка” ilustra la alta maestría del traductor, quien logró reproducir de manera efectiva la musicalidad y el contenido emocional del texto original. Adaptó los apodos con éxito, manteniendo la jugabilidad y el sonido, elementos que son extremadamente importantes para la literatura infantil. La aplicación de efectos sonoros y características descriptivas en los nuevos apodos hace que el texto sea más atractivo y comprensible para la audiencia de habla inglesa.

En el proceso de traducción de los apodos en el cuento “Рукавичка”, se implementaron varias estrategias de traducción que destacan el alto nivel de maestría del traductor. Entre estas estrategias se encuentran la adaptación creativa, el uso de efectos sonoros y el enfoque descriptivo. Al aplicar un enfoque creativo, el traductor creó equivalentes de los apodos que conservan el ritmo y la melodía del original, al tiempo que integra elementos sonoros que enfatizan el carácter lúdico del texto. Las estrategias descriptivas permitieron transmitir la especificidad de las características de los personajes, mientras que la adaptación cultural garantizó la comprensión y aceptación para la audiencia de habla inglesa. La preservación de la musicalidad se convirtió en un aspecto importante, ya que el ritmo ayuda a captar la atención y desarrollar la percepción auditiva en los niños.

Los traductores enfrentan constantemente la dilema de si utilizar la transcripción o la transliteración al traducir nombres significativos, o si es mejor traducirlos literalmente. Esta problemática fue abordada por la traductora ucraniana Anastasia Kiryaieva al trabajar en la trilogía de fantasía «Once Upon a Broken Heart» de Stephanie Garber, que goza de gran popularidad entre el público extranjero [2]. En su experiencia, destacó la importancia de preservar el contexto emocional y cultural que subyace en los nombres de los personajes, los cuales suelen tener significados expresivos.

En la etapa inicial de la traducción, Anastasia decidió localizar los nombres. Por ejemplo, la protagonista recibió el nombre de *Євангеліна Лисиця*, mientras que el vanidoso periodista fue llamado *Катласс Лицарик*. Todos estos nombres fueron elegidos para reflejar el carácter y las características de los personajes. Por ejemplo, Evangelina se fascinaba con “La Balada del arquero y la zorra”, ya que, como se indicaba en el original, “ella misma era una zorra”. Al mismo tiempo, el villano, Jax, constantemente la llamaba *лисичка*, lo que evocaba su astucia y habilidad para manipular la situación.

Sin embargo, considerando que “Once Upon a Broken Heart” ya había ganado una considerable base de fans, Anastasia y el equipo de la editorial Vivat decidieron regresar a los nombres originales: *Evangelina Fox*, *Katlass Nightlinger* y *Serendipity*

Skystead. Esta no fue una decisión fácil, ya que había pasado mucho tiempo desarrollando las versiones localizadas, pero finalmente se dio cuenta de que los nombres originales podrían proporcionar una inmersión más profunda en el texto para los lectores existentes.

Esta experiencia se convirtió en una lección importante en su práctica traductora. Anastasia subrayó que, aunque el proceso de adaptación fue doloroso y requirió un gran esfuerzo, también abrió nuevas perspectivas para la autoexpresión creativa y el respeto por el estilo del autor. Así, cada traductor debe encontrar un equilibrio entre la preservación del contexto original y las necesidades de la audiencia objetivo, ya que esta tarea requiere tanto habilidades técnicas como una atención a las solicitudes de la audiencia.

Un ejemplo brillante de una traducción exitosa de nombres significativos es la serie de libros “Mundodisco” de Terry Pratchett. En la traducción al ucraniano, los traductores demostraron un verdadero talento en la adaptación de nombres, apellidos y apodos de los personajes, así como de los nombres de las ciudades, lo que no solo mantuvo el vínculo con el original, sino que también hizo que el texto fuera más comprensible y atractivo para la audiencia ucraniana.

La tarea clave de los traductores fue conservar la nota humorística y satírica característica del estilo de Terry Pratchett. Una traducción exitosa requería un enfoque creativo para adaptar los nombres significativos y los elementos que provocan sonrisas, ya que son estos detalles los que hacen que el mundo de “Mundodisco” sea tan único y vívido. Los traductores debían encontrar la manera de transmitir la ironía y el sarcasmo presentes en el original, mientras mantenían la naturalidad y la comprensión para el lector ucraniano.

Es interesante rastrear cómo los traductores adaptaron los nombres propios del original (inglés) al ucraniano y al español en la serie “Mundodisco”, tomando como ejemplo el libro “Ritos iguales” [61]:

Original en inglés	Ucraniano	Español
<i>Discworld</i>	<i>Дискосвіт</i>	<i>Mundodisco</i>

<i>Unseen University</i>	<i>Невидна Академія</i>	<i>la Universidad Invisible,</i>
<i>Granny Weatherwax</i>	<i>Бабуня Дощевіск</i>	<i>Yaya Ceravieja</i>
<i>Eskarina Smith</i>	<i>Ескаріна Ковальчук</i>	<i>Eskarina Herrero</i>
<i>Cutangle</i>	<i>Прямокут</i>	<i>Cortángulo</i>
<i>Ramtrop mountains</i>	<i>Вівцескельні гори</i>	<i>Montañas del Carnero</i>
<i>Pseudopolis</i>	<i>Псевдополіс</i>	<i>Pseudopolis</i>
<i>Ankh-Morpork</i>	<i>Анк-Морпорк</i>	<i>Ankh-Morpork</i>

Tabla 2.2. Traducción de nombres propios

Analizando los datos sobre nombres propios, se puede concluir que los traductores utilizaron diversas transformaciones de traducción:

Discworld – *Дискосвіт* (ucraniano), *Mundodisco* (español). Ambas traducciones utilizan el calco, es decir, la transferencia literal de partes del nombre. En la variante ucraniana *Дискосвіт*, se mantiene la estructura del original, transmitiendo la palabra *світ* como equivalente de *world*. La versión en español, *Mundodisco*, también conserva la estructura, combinando *mundo* (world) y *disco* (disc). En estos casos, los traductores se centran en la claridad conceptual, ya que los lectores comprenden el significado a través de la etimología evidente.

Unseen University – *Невидна Академія* (ucraniano), *la Universidad Invisible* (español). Aquí se aplica la modulación o transformación parcial: la palabra *University* se traduce como *Академія* en ucraniano, que es un término algo más amplio, pero más familiar en el contexto de una institución mágica. En español, el traductor mantiene el equivalente exacto – *Universidad*. Ambas traducciones utilizan el equivalente de la palabra *unseen* como *невидима/invisible*, lo que subraya el carácter misterioso de la institución.

Granny Weatherwax – *Бабуня Дощевіск* (ucraniano), *Yaya Ceravieja* (español). Para este personaje se utiliza la adaptación. En la traducción ucraniana, se mantiene el elemento del nombre *Granny* como *Бабуня*, y el apellido *Weatherwax* se adapta como *Дощевіск*, utilizando equivalentes ucranianos para *weather* y la parte *wax*, aunque *віск* se sustituye por una variante más natural que transmite lluvia. En

español, se utiliza la palabra tradicional para una anciana – *Yaya*, y *Weatherwax* se transforma en *Ceravieja* (cera – cera, vieja – anciana), lo que conserva el juego de palabras y el sonido, pero a través de la localización.

Eskarina Smith – *Eskarina Herrero* (español), *Ескарина Ковальчук* (ucraniano). Aquí vemos la adaptación del nombre propio para mantener el contexto correspondiente. Este apellido es un ejemplo de carácter, ya que habla por sí mismo – *Eskarina*, la hija del herrero. En la traducción ucraniana, *Smith* (herrero) se convierte en *Ковальчук*, utilizando un apellido ucraniano popular con el mismo significado, lo que crea una conexión local. En la traducción española, *Smith* se adapta como *Herrero*, que también significa *herrero* y corresponde a la tradición española de formación de apellidos.

Cutangle – *Прямокут* (ucraniano), *Cortángulo* (español). Ambas traducciones utilizan la traducción literal a través del calco. En ucraniano, *Cutangle* se traduce como *Прямокут*, donde *кут* se mantiene como equivalente de *angle*, y la parte *cut* se transmite mediante la correspondencia semántica *прямо*. En español, *Cortángulo* también utiliza las raíces *cortar* y *ángulo*, transmitiendo un significado similar.

Ramtop mountains – *Вівцескельні гори* (ucraniano), – *Montañas del Carnero* (español). En ambas traducciones se utiliza la adaptación con elementos de calco. En ucraniano, *ramtop* se traduce como *Вівцескельні*, donde *ram* (carnero) se traduce como *вівці* (ovejas), y *top* (cima/montañas) se interpreta a través de la palabra "скельні" (que transmite el relieve montañoso). Este es un ejemplo de adaptación con una característica descriptiva añadida. En la traducción al español, *Montañas del Carnero* utiliza un calco: *ramtop* se traduce como *carnero*, y *mountains* se traduce como *montañas*, manteniendo un significado similar, pero en un estilo más formal del español.

Pseudopolis – *Псевдополіс* (ucraniano), – *Pseudopolis* (español). En este caso, la traducción ucraniana *Псевдополіс* es un calco directo del original, donde la parte *pseudo-* se mantiene en ambos idiomas como un prefijo que indica falsedad o ilusión. La versión en español también permanece idéntica al original, lo que demuestra la aceptación global del término sin necesidad de adaptación.

Ankh-Morpork – *Анк-Морпорк* (ucraniano), – *Ankh-Morpork* (español). Ambas traducciones demuestran un enfoque para preservar la identidad del nombre original: la variante ucraniana utiliza la transcripción para adaptar el sonido, mientras que la variante en español conserva el nombre en su forma original.

La traducción de nombres propios en la serie “Mundodisco” ilustra diversas transformaciones de traducción que aseguran la preservación del contenido, el humor y la adecuación cultural del original. Este equilibrio entre precisión y adaptación es clave para lograr una sonoridad natural en los nuevos idiomas, lo que subraya la importancia de un enfoque creativo en la práctica de la traducción.

Los autores a menudo utilizan nombres propios expresivos para transmitir de manera visual las características de los personajes y su contexto social, lo que mejora la percepción general de la obra por parte del lector. La creación de tales nombres mediante diversos métodos de formación, incluidos la conversión, la derivación y la combinación de raíces, se convierte en una herramienta importante para enriquecer el texto.

Primero, los nombres descriptivos permiten al lector establecer más rápidamente una conexión entre el personaje y su rol en la narración. Por ejemplo, un nombre que contenga elementos que indiquen una profesión o rasgos de carácter puede evocar inmediatamente ciertas asociaciones, lo que reduce la necesidad de descripciones detalladas. Por ejemplo, *Juan Malvado* — tal nombre señala directamente rasgos negativos del personaje. Los lectores pueden percibirlo de inmediato como un antagonista sin requerir explicaciones adicionales.

En segundo lugar, el uso de marcadores lingüísticos, como sufijos y prefijos, permite al narrador indicar el estatus social, de género, de edad e incluso el estado psicológico del héroe. Esto crea capas adicionales de significado que profundizan la percepción del personaje sin necesidad de recurrir a explicaciones complejas. Por ejemplo, los nombres pueden reflejar la pertenencia de clase o características culturales, proporcionando al lector información valiosa sobre el entorno en el que existe el héroe. Por ejemplo, *Juanita* – el uso del sufijo diminutivo *-ita* indica una edad joven o que el personaje posee cierta ternura o simplicidad.

En resumen, se puede afirmar que la traducción de nombres propios es uno de los aspectos fundamentales en el proceso de adaptación de obras literarias. Para el lector moderno, es especialmente importante cómo se lleva a cabo la traducción de los nombres y apellidos de los personajes. Según la experiencia de la traductora ucraniana Anastasia Kirzhayeva, los lectores nacionales prefieren conservar los nombres originales, que pueden ser transcritos o transliterados. Sin embargo, ejemplos destacados como la traducción de las obras de Terry Pratchett demuestran que los nombres descriptivos se integran orgánicamente en nuestra percepción, lo que indica que no se debe temer alejarse de las estrictas “normas” o del “original”. La adaptación de la traducción que se alinea con el contexto cultural ucraniano puede enriquecer significativamente la experiencia literaria del lector.

2.2. “Apellidos que hablan por sí mismos”, apodos y métodos de su traducción

La traducción de nombres propios o antropónimos es una de las tareas más difíciles y controvertidas en el campo de la traducción. Este problema abarca una amplia gama de aspectos, entre ellos factores lingüísticos, culturales, históricos y emocionales. Los nombres propios, a diferencia de los sustantivos comunes, suelen conllevar significados únicos que no siempre pueden transmitirse adecuadamente en otra lengua. Por ejemplo, los nombres pueden tener connotaciones culturales específicas, raíces etimológicas o asociaciones históricas, lo que hace que el proceso de traducirlos sea especialmente delicado.

El término “antropónimo” se formó mediante la combinación de los componentes griegos *ἄνθρωπος* (hombre) y *ὄνομα* (nombre). Según Alieva Iroda Abdusattorovna, el antropónimo es un nombre propio, oficialmente otorgado a una persona como su signo de identificación [58]. Designa a un individuo sin atribuirle características y tiene un contenido conceptual que indica pertenencia a una determinada comunidad nacional-lingüística y determina el género del portador. Una obra fundamental sobre el tema de los antropónimos es el libro de Elena Bayo Pérez

“El nombre propio en español”, donde se analizan los tipos principales de antropónimos [45]:

1.1. Funcionan como antropónimos algunos nombres de parentesco cuando se usan sin determinante como sujetos: *papá, yaya...* También funcionan como nombres propios cuando, en los sintagmas preposicionales, aparecen como término sin determinación.

1.2. Fulano/-a, mengano/-a, zutano/-a, etc., cuando se usan sin determinante como sujetos.

1.3. Nombres de pila: los nombres de pila se nos llenan fácilmente de connotaciones. Esto es bien curioso, ya que los nombres propios de persona tienen entre sus características principales justamente la de perder su significado, su género y su número originales. Pero, así como pierden rasgos, los nombres propios también ganan otros significados en forma de connotaciones.

1.3.1. Nombres oficiales: *Benito, Daniel, Lucas, Iván, Érika, Lara, Celia...* Estos nombres oficiales pueden sufrir alteraciones. Entre ellas, mencionamos los hipocorísticos de un solo nombre (*Consi, Tere...*), diminutivos, aumentativos, despectivos (*Friduchín*), así como los nombres de pila siglados (*J. F.*) o semisiglados (*Inés T.*).

1.4. Apellidos (*Hidalgo, Gil...*), que también pueden sufrir alteraciones: *Bani* (>Montalbán), *Velascón...* Por su origen, los apellidos pueden ser patronímicos (formados sobre el nombre de pila entero, como *Rodríguez*), topónimos (*Castilla*), gentilicios (*Alemán*), hagiográficos (*San José*), nombres de pila usados como apellidos (*Ana*), zoónimos o fitónimos (*Cuervo, Borrego*), indicadores de rasgos de carácter, conducta o hábitos (*Sereno*), indicadores de profesión (*Ferrero*), indicadores de dignidad o cargo (*Hidalgo*) o indicadores de situación natal u otras (*del Rey*).

1.5. Apodos (también llamados sobrenombres, motes y remoquetes): *el Perruna, el Satur...*

1.6. Pseudónimos y nombres artísticos: son casos en los que los nombres artísticos no han sido escogidos desde un principio por la persona interesada. Por

ejemplo, en el maravilloso mundo del flamenco muchos nombres artísticos han sido originalmente apodosos o hipocorísticos: *la Niña de los Peines*.

1.7. Alias. En sentido estricto, son considerados alias los nombres por los que son conocidos delincuentes, maleantes, proxenetas y gente del mundo de la prostitución, traficantes...

1.8. Nombres de guerra: los referidos a los nombres de cabecillas militares, guerrilleros, terroristas, revolucionarios, bandoleros... A veces los elige la persona interesada; otras, son acuñados por terceros, pero suelen ser aceptados y usados para interpelar a la persona interesada. Valgan como ejemplos *Sisón el Bravo* o *El Cid* (Rodrigo Díaz de Vivar).

1.9. Nombres de religión, que pueden tomarse al incorporarse a grupos religiosos de cualquier tipo o al acceder a dignidades religiosas: *Jesús, Dios, María, Sor Manuela de la Presentación, Sor Francisca de Santa María*.

Los antropónimos son una parte importante de la identidad de un personaje, y una traducción o transliteración incorrectas pueden dar lugar a malentendidos, pérdida de significado o incluso disonancia cultural. Esto es especialmente cierto en el contexto de las obras literarias, donde los nombres propios suelen tener un significado simbólico o influir en el desarrollo de la trama y los personajes. “Todos los nombres propios constituyen un espacio onomástico. La composición, selección e interacción de un nombre propio con el contexto vienen determinadas por la ley del género y el método artístico del escritor. Cada autor crea su propio y único mundo onomástico, que expresa las ideas artísticas del escritor junto con otros medios de estilo lingüístico” [47].

Según Cuéllar, la necesidad de traducir un antropónimo depende de sus connotaciones. Si el nombre no tiene connotaciones ni significados, normalmente no se traduce y permanece igual que en la obra original [34]. Sin embargo, si un nombre conlleva connotaciones que aportan información adicional sobre un personaje (por ejemplo, describe su aspecto o carácter, indica su origen, su religión o contiene otros detalles significativos), estas connotaciones deben conservarse en la traducción. Así pues, el traductor debe tener en cuenta la carga semántica del

nombre para garantizar que todos los matices importantes y significados adicionales se transmitan al lector en la otra lengua.

En el trabajo “Peculiaridades de la traducción de los apellidos que hablan por sí mismos”, se ha investigado que el término “apellido que habla por sí mismo” se utiliza de manera amplia y activa en los estudios literarios modernos, ya que ofrece la oportunidad de estudiar y analizar en profundidad las obras literarias.

Los clásicos literarios suelen utilizar este método con habilidad, dando a sus personajes apellidos que no sólo expresan rasgos individuales, sino que también evocan asociaciones y emociones en los lectores. Al seleccionar y dar forma a los apellidos, los autores crean códigos específicos que transmiten mensajes lingüísticos y culturales implícitos.

De hecho, existe un término equivalente a la noción de “apellido que habla”: un “caracterónimo”. Según Fernandes, los caracterónimos se entienden como "palabra(s) con la(s) que se identifica un único referente, es decir, palabra(s) cuya función principal es identificar, por ejemplo, a una persona, animal, lugar o cosa" [37, p.45]. Los ejemplos más ilustrativos de caracterónimos son los nombres de los personajes de la saga Harry Potter de J.K. Rowling: el apellido de Severus Snape se parece a *snake* en inglés, que es el símbolo de la casa Slytherin a la que pertenece; *Draco Malfoy*, donde *Malfoy* significa *mal*, que indica el carácter del personaje; *Remus Lupin*, donde *Lupin* proviene de *lupus*, que en latín significa *lobo* y esto revela que es *un hombre lobo*; el apellido *Weasley* es similar a la palabra inglesa *weasel*, que significa *comadreja*, un animal de pelaje marrón rojizo, como el pelo de todos los Weasley. Como puede ver, estos apellidos caracterizan a los personajes de algún modo y abren oportunidades para un análisis más profundo.

Por supuesto, los traductores se enfrentan al problema de cómo traducir “los apellidos que hablan”. Dichos apellidos a menudo tienen significados intrínsecos o asociaciones culturales específicas en el idioma original que pueden no ser fácilmente transmisibles en otra lengua. Por ejemplo, un apellido que refleje un rasgo de personalidad o una característica física del personaje puede no tener una equivalencia directa en otro idioma.

Las formas más habituales de traducir los nombres y apellidos son la transliteración, es decir, la representación de “los signos de un sistema de escritura mediante los signos de otro”, y transcripción, es decir, la representación de los “elementos fonéticos, fonológicos, léxicos o morfológicos de una lengua o dialecto mediante un sistema de escritura” [52]. Pero, ¿proporcionan estos métodos de traducción el mismo efecto que “los apellidos que hablan”? Claro que no.

Otra forma de traducir “los apellidos que hablan” es por calco. Esta estrategia de traducción es más eficaz en este caso. El calco puede ayudar a preservar el significado y las asociaciones relacionadas con el original, ya que utiliza términos que conservan su significado original y ayuda a no perder la fuerza emocional que el apellido pueda tener en el original.

Para ilustrar el uso de los métodos anteriores, tomemos el ejemplo del apellido del personaje de la película “Piratas del Caribe” Jack Sparrow: *El Capitán Jack Sparrow*, por ejemplo, tiene dos variantes de traducción al ucraniano: *Cnappoy* y *Горобець*. En el primer caso, se utilizó la transcripción, mientras que la segunda variante ya nos habla de la caracterización del personaje a través del calco. En el doblaje ucraniano, los traductores eligieron la primera opción, aunque la versión traducida con ayuda de calco proporciona una descripción más profunda del personaje, porque Jack es una persona de espíritu libre, como un pájaro.

Otro término que también se utiliza es el de apodo. Actúan como esbozos en miniatura de personajes, ilustraciones de rasgos del carácter y la apariencia, o breves historias, que destacan y refuerzan un momento de la vida de una persona o personaje. Es importante que los traductores traduzcan correctamente los apodos para preservar el contexto cultural, la expresividad del texto, la conformidad estilística y la identidad de la persona [64]. Los apodos se utilizan a menudo en los cuentos de hadas para niños.

Entonces, se puede deducir la siguiente estrategia para traducir correctamente los apellidos, los nombres y los apodos que hablan:

- Es necesario analizar detenidamente un apellido en el original para averiguar su significado, sus asociaciones y su impacto emocional en el lector o espectador.
- Es necesario buscar un apellido o nombre equivalente en la lengua a la que se traduce el texto, que también tenga connotaciones semánticas y emocionales similares.
- No es aconsejable utilizar la transliteración o transcripción. Sí, puede ser útil para conservar los rasgos fonéticos del nombre, pero puede suponer una pérdida de significado o asociación con el original.
- Es aconsejable dar preferencia a una traducción que utilice un calco, que conserva el significado y las asociaciones del apellido original, y también puede aportar nuevas connotaciones o una descripción más profunda del carácter.
- Es necesario tener en cuenta el contexto y las peculiaridades de la cultura y la lengua a la que se traduce para elegir la traducción más adecuada.
- Es preciso estudiar detenidamente el texto e identificar la intención del autor a través del apellido para garantizar que la traducción refleje dicha intención.

Por lo tanto, una traducción adecuada de un apellido desempeña un papel importante en la comprensión del carácter y las cualidades de una persona. Elegir la traducción adecuada requiere que el traductor tenga un profundo conocimiento del texto de origen, referencias culturales, un vocabulario rico, y también depende de la elección correcta de las estrategias de traducción. Sólo una combinación armoniosa de estos factores puede garantizar un resultado que reproduzca el texto original con la mayor exactitud posible y satisfaga al lector u oyente de la traducción.

2.3. Particularidades de la traducción de los nombres propios en los textos audiovisuales

Actualmente, los textos audiovisuales son cada vez más relevantes y populares, gracias al rápido desarrollo de las tecnologías digitales y a la globalización de los contenidos mediáticos. Con la proliferación de plataformas en línea como Netflix,

YouTube y Amazon Prime, el público ha obtenido un acceso sin precedentes a una gran variedad de películas, series de televisión, videojuegos, anuncios y proyectos documentales, lo que convierte a los textos audiovisuales en un elemento clave de la cultura contemporánea.

Los textos audiovisuales son un tipo de discurso multimodal complejo que combina información verbal y no verbal dirigida a la percepción visual y auditiva. Abarcan una amplia gama de formatos mediáticos, como películas, programas de televisión, anuncios, videojuegos, presentaciones multimedia y otros productos de comunicación que utilizan canales tanto auditivos como visuales para transmitir información. La peculiaridad de estos textos es su multifuncionalidad, ya que, además de la carga semántica del componente verbal, los elementos no verbales desempeñan un papel importante: imágenes, música, efectos sonoros, gestos y expresiones faciales.

Desde un punto de vista filológico, los textos audiovisuales son objeto de estudio tanto en el ámbito de la lingüística como en el de la investigación cultural y semiótica, ya que constituyen un campo único de interacción interlingüística e intercultural. La traducción de este tipo de textos difiere de la traducción tradicional en que implica no sólo la adaptación lingüística del material lingüístico, sino también la necesidad de mantener la integración comunicativa entre los aspectos verbales y no verbales. Esto significa que el traductor debe tener en cuenta la sincronía visual, las limitaciones temporales y los códigos culturales que puedan estar incorporados en los elementos visuales y el diseño sonoro.

El mejor ejemplo de traducción de nombres propios en el contexto de los textos audiovisuales son los nombres propios en el cine. Al traducir nombres propios, el traductor se enfrenta a la necesidad de preservar la carga semántica que estos nombres llevan en el original, adaptándolos al mismo tiempo a un público cultural diferente.

Por un lado, los nombres propios pueden dejarse sin traducir (transliteración o transcripción), sobre todo si su representación fonética o gráfica no crea obstáculos a la comprensión del público. Esta práctica es habitual en el caso de nombres de

personajes o topónimos, sobre todo si estos nombres no tienen capas adicionales de significado que sean importantes para la trama.

En cambio, la traducción de nombres propios puede requerir una adaptación, sobre todo cuando se trata de “nombres que hablan” o de nombres culturalmente específicos que conllevan un significado simbólico o humorístico adicional en el original. Por ejemplo, en las películas en inglés, los nombres de personajes como *Willy Wonka* o *Sherlock Holmes* pueden resultar familiares al público internacional, por lo que no se traducen sus nombres.

Un aspecto especialmente relevante es la traducción de nombres ficticios en películas de ciencia ficción o dibujos animados, donde los nombres de lugares o criaturas suelen ser el resultado de juegos de palabras, neologismos o incluso alusiones a culturas reales. En estos casos, el traductor debe considerar la posibilidad de cambiar el sonido del nombre para adaptarlo a las características fonéticas de la lengua meta o seleccionar palabras semánticamente similares que conserven el significado original.

Un ejemplo ilustrativo en la traducción de nombres propios en el cine son los nombres de superhéroes. Las películas de superhéroes, uno de los géneros más populares del cine moderno, fascinan al público por sus personajes vivos y sus tramas dinámicas, pero también plantean difíciles retos a los traductores, en particular, a la hora de traducir los nombres de los protagonistas [43]. Los nombres de superhéroes suelen llevar una importante carga semántica, ya que reflejan sus habilidades sobrenaturales, rasgos de carácter u orígenes. Por eso, traducir nombres de superhéroes exige un enfoque cuidadoso para preservar la idea original y, al mismo tiempo, hacerlos comprensibles para un nuevo público. El calco y la transcripción predominan entre las principales estrategias de traducción de este tipo de nombres, aunque existen otros métodos de adaptación que dependen de las características culturales de la lengua de destino.

A continuación proponemos examinar las estrategias empleadas por traductores ucranianos y españoles al traducir nombres de superhéroes a partir de ejemplos concretos:

Original (inglés)	Traducción ucraniana	Traducción española
<i>Iron Man</i>	<i>Залізна людина</i> (calco)	<i>Iron Man</i>
<i>Black Panther</i>	<i>Чорна пантера</i> (calco)	<i>Pantera Negra</i> (calco)
<i>Wonder Woman</i>	<i>Диво-жінка</i> (calco)	<i>Mujer Maravilla</i> (permutación+calco)
<i>Spider-Man</i>	<i>Людина-павук</i> (permutación+calco)	<i>Hombre Araña</i> (permutación+calco)
<i>Ant-Man</i>	<i>Людина-мураха</i> (permutación+calco)	<i>Hombre Hormiga</i> (permutación+calco)
<i>Superman</i>	<i>Супермен</i> (transcripción)	<i>Superman</i>
<i>Batman</i>	<i>Бетмен</i> (transcripción)	<i>Batman/Hombre</i> <i>Murciélagos</i> (- / permutación+ calco)

Tabla 2.3. Las principales estrategias de traducción de los nombres de superhéroes

Así, basándonos en el análisis de la traducción de nombres de superhéroes, podemos distinguir las siguientes transformaciones principales de traducción: calco, transliteración/transcripción y permutación. Cada uno de estos métodos tiene sus ventajas e inconvenientes, así como un contexto específico en el que resulta apropiado. En la práctica, tanto los traductores de ucraniano como los de español intentan alcanzar el máximo nivel de reconocimiento de caracteres conservando sus características y asociaciones clave mediante estas estrategias de traducción.

Podemos concluir que una traducción eficaz puede mejorar significativamente la percepción de un producto audiovisual, facilitando el intercambio cultural y la comprensión. Dado el rápido desarrollo de la tecnología y la globalización del espacio mediático, la investigación en este campo sigue siendo extremadamente

pertinente y requiere más estudios para garantizar un alto nivel de adaptación de los contenidos a públicos diversos.

2.4. Aspectos específicos de la traducción de los nombres propios en el contexto del marketing moderno

El marketing moderno exige a las empresas no solo el desarrollo de productos y servicios de alta calidad, sino también la creación de estrategias de comunicación efectivas dirigidas al público objetivo. En este contexto, los nombres propios, también conocidos como onimos, adquieren una significación excepcional, ya que, además de formar la identidad de la marca, aseguran su reconocimiento entre los competidores, evocando al mismo tiempo asociaciones específicas en los consumidores.

Los nombres propios desempeñan el papel de marcadores léxicos que llevan consigo una carga semántica y pragmática, lo que es críticamente importante para las comunicaciones de marketing. La traducción de nombres propios en el contexto de las comunicaciones de marketing se presenta como un proceso complejo y multifacético que requiere un análisis profundo y la consideración de diversos factores. Entre ellos, juegan un papel importante las particularidades lingüísticas, que incluyen aspectos fonéticos, morfológicos y sintácticos; los contextos culturales, que tienen en cuenta las tradiciones, los valores y las normas sociales del público objetivo; así como los requisitos comerciales, que dictan la necesidad de alinear la traducción con la estrategia general de branding.

Al referirse a la clasificación de nombres propios, Kocherhan menciona que el tipo de nombres propios utilizados para designar objetos de cultura material, que pueden abarcar nombres de productos, servicios, empresas y otros objetos de valor económico o comercial, se denominan crematónimos (del griego “chrema”, que significa *cosa*, y “onoma”, que significa *nombre*).

En el contexto de la traducción de crematónimos, es importante tener en cuenta su semántica, las particularidades culturales del público objetivo y las estrategias de

marketing, ya que esto puede influir significativamente en el éxito del producto en un nuevo entorno lingüístico y cultural. Los traductores a menudo dejan estos nombres en su forma original, ya que la gran mayoría de las personas pueden leer fácilmente nombres como *Amazon*, *Tesla* o *Adidas*. Los creativos también pueden ser objeto de adaptación o reinterpretación para alinearse mejor con las expectativas de los consumidores en diferentes regiones, pero en la mayoría de los casos, se aplica la transliteración, la transcripción o la transposición en la traducción.

La traducción de creativos y otros elementos de branding puede ser una tarea bastante compleja, especialmente cuando se trata de adaptar los nombres de productos para nuevos mercados. Un ejemplo de estas dificultades ocurrió a mediados de la década de 1990, cuando la empresa F&K Waterhouse intentó ingresar al mercado ucraniano con su producto de agua embotellada llamado “Blue Water”. A primera vista, el nombre “Blue Water” puede parecer una elección completamente segura, ya que la frase *agua azul* evoca frescura y pureza. Sin embargo, en el contexto ucraniano, el uso constante de este nombre en anuncios televisivos tuvo consecuencias negativas, ya que sonaba similar a la palabra *блювота* (vómito). Esto generó asociaciones desagradables que afectaron significativamente la percepción del producto entre los consumidores, reduciendo su atractivo en el mercado.

Esta situación ilustra varios aspectos importantes de las dificultades de traducción. La traducción de nombres puede verse obstaculizada por similitudes fonéticas entre palabras en diferentes idiomas. En este caso, la asociación con la palabra negativa *блювота* disminuyó considerablemente la percepción positiva de las características del producto. Una localización exitosa de la marca requiere no solo una simple traducción, sino también una comprensión profunda del público objetivo. Si un nombre o mensaje publicitario provoca asociaciones no deseadas, esto puede tener un impacto negativo en las ventas y en la imagen de la marca.

Así, el ejemplo del agua “Blue Water” demuestra cuán importante es la preparación y el análisis minuciosos antes de ingresar a nuevos mercados, ya que la negligencia en la traducción puede llevar a consecuencias graves para la marca. Por lo tanto, en este caso, habría sido necesario utilizar calco o adaptación.

Consideremos otros casos de traducción de nombres de marcas. Por ejemplo, marcas globales como “Coca-Cola” y “Pepsi” suelen traducirse mediante transliteración, es decir, conservando la forma sonora original adaptada al sistema gráfico del idioma de traducción. Este enfoque ayuda a mantener el reconocimiento de la marca en el mercado global, ya que los consumidores ya tienen asociaciones formadas con estos nombres.

Sin embargo, la transliteración no siempre es la mejor opción. En algunos casos, se utiliza la adaptación, que implica cambiar el nombre teniendo en cuenta las particularidades fonéticas o culturales del público objetivo. Un ejemplo claro es la marca “Mr. Clean”, que en los países de habla hispana se convierte en “Don Limpio”. Esta adaptación no solo facilita la pronunciación para los hablantes nativos, sino que también le da al nombre un carácter más “cercano” y comprensible para la cultura local, donde la palabra “Don” tiene connotaciones de respeto y estatus. Un enfoque similar se utilizó para la marca “Axe”, que en España se renombró como “Lynx”, ya que el nombre original se asociaba con agresividad en el contexto cultural español, lo que contradice la imagen del producto como un artículo de cuidado personal.

Además, a veces los nombres de las marcas requieren un cambio completo si evocan asociaciones no deseadas o incluso negativas en la cultura objetivo. Un ejemplo de esto es el caso de la marca de automóviles “Chevrolet Nova”, que tuvo problemas de ventas en América Latina debido a que *no va* en español significa *no llega*, lo cual es una asociación extremadamente indeseable para un automóvil. En tales casos, los traductores o los especialistas en marketing a menudo buscan soluciones de compromiso o cambian completamente el nombre para evitar un impacto negativo en la marca.

Otro ejemplo de un enfoque complicado en la traducción es la calco, es decir, la traducción literal del significado del nombre. Este método se utiliza con menos frecuencia para la traducción de marcas, ya que muchas de ellas son neologismos o no tienen un significado evidente en el original. Sin embargo, en los casos en que el nombre conlleva cierto contenido significativo, la calco puede ser efectiva. Por ejemplo, la cadena estadounidense de tiendas de electrónica “Best Buy” a veces se

adapta como “La Mejor Compra”, que se traduce literalmente como *la mejor compra*. Esto ayuda a conservar la esencia de la marca, al mismo tiempo que la adapta al contexto cultural de los países de habla hispana.

Otro ejemplo interesante de la traducción de nombres para diferentes mercados es la conocida cadena de tiendas en Ucrania, “Ашан”. El nombre de la tienda “Auchan” tiene matices interesantes en el contexto de la traducción tanto al ucraniano como al español. Cabe destacar que esta marca proviene de Francia y su nombre es una forma transliterada de la palabra francesa “Hauts-Champs”, que significa “campos altos”. En ucraniano, el nombre se transmite a través de una simple transliteración: *Ашан*. Este es un enfoque bastante conveniente de adaptación, ya que acerca el nombre a la pronunciación francesa y no presenta dificultades de comprensión o pronunciación para los hablantes de ucraniano. En este caso, no hay necesidad de adaptar el contenido del nombre, ya que los consumidores ucranianos ya están familiarizados con la marca y su nombre original no tiene asociaciones negativas o extrañas en el contexto ucraniano.

En el caso de la traducción del nombre “Auchan” al mercado español, se aplica la calco. Esto se debe a que el nombre “Alcampo” es la traducción literal del francés “Hauts-Champs”, del cual proviene el nombre original de la marca. La calco consiste en que el significado del nombre original se ha conservado a través de una traducción literal, donde *campo* en español significa *поле*.

En un mundo cada vez más globalizado, donde las empresas buscan conectar con audiencias diversas, la traducción efectiva de nombres propios no es solo un aspecto técnico, sino una estrategia esencial para construir y mantener una marca fuerte y relevante en el mercado. Así, los traductores y especialistas en marketing deben trabajar en estrecha colaboración, llevando a cabo investigaciones detalladas y análisis del público para garantizar que los nombres de las marcas resuenen positivamente en cada nuevo mercado.

2.5. La expansión cultural y su repercusión en la traducción de los nombres propios

La globalización ha contribuido a ampliar la influencia de determinadas lenguas y culturas, lo que a su vez repercute en la traducción. Por ejemplo, el inglés, debido a la pujanza económica y cultural de los países anglófonos, se ha convertido en la lengua dominante en muchos ámbitos, como los negocios, la ciencia, la tecnología y los medios de comunicación. Esto hace que muchos nombres propios, incluidas marcas, topónimos y nombres, se traduzcan o adapten a los estándares ingleses, lo que puede llevar a una pérdida de autenticidad.

El dominio del inglés está cambiando los enfoques de la traducción. En primer lugar, se da el fenómeno de la “neutralización translingüística”, por el que los nombres propios no suelen traducirse porque sus originales en inglés se perciben como comprensibles y prestigiosos. Por ejemplo, los nombres de gigantes tecnológicos como Apple o Google permanecen inalterados. La gente ya reconoce estos nombres, y cualquier intento de traducirlos puede causar confusión o reducir el impacto de la marca.

En segundo lugar, en un mundo globalizado, a menudo es necesario preservar la “singularidad” de un nombre, que puede asociarse a determinados contextos culturales, históricos o sociales. Esto es especialmente evidente en las campañas de marketing, en las que preservar el sonido original de una marca puede ser un elemento importante de su reconocimiento.

Sin embargo, esta práctica tiene sus inconvenientes. La transliteración puede reforzar el dominio cultural de lenguas como el inglés, que a menudo domina los negocios internacionales y el intercambio cultural. Esto puede llevar a la devaluación de las lenguas y culturas locales, ya que los consumidores pueden empezar a percibir los nombres transliterados como más «de moda» o «modernos» que sus equivalentes locales. Vemos la práctica de que la mayoría de las marcas ucranianas eligen inmediatamente nombres en inglés, aunque el producto esté puramente enfocado al mercado nacional, sin perspectivas de entrar en el mercado internacional. Al mismo tiempo, hay ejemplos positivos de adaptación de nombres que demuestran cómo mantener la autenticidad al entrar en el mercado internacional. *Нова Порука* es un

buen ejemplo. Al entrar en el ámbito internacional, no se limitó a transliterar su nombre a *New Post*, que podría haber perdido su contexto ucraniano, sino que optó por *Nova Post*. Este enfoque no sólo preserva el sonido y la forma, sino que también mantiene la asociación con la lengua ucraniana. Esto demuestra que las marcas pueden adaptar con éxito sus nombres al mercado internacional sin perder su identidad nacional.

A veces, la influencia del inglés puede dar lugar a curiosidades o errores. Por ejemplo, en la traducción al ucraniano de nombres comerciales, puede surgir un significado inesperado debido a la similitud con palabras locales. Esto se debe a que la fonética y la semántica inglesas pueden asociarse a un significado completamente distinto, como ocurrió con la marca “Blue Water” en Ucrania.

Así pues, el dominio del inglés abre nuevos horizontes y, al mismo tiempo, supone un reto para el traductor, ya que le obliga a tener en cuenta aspectos culturales, fonéticos y semánticos a la hora de traducir nombres propios. Cada traducción se convierte en una especie de compromiso entre conservar el original y adaptarlo a un público que lleva mucho tiempo influenciado por la lengua inglesa.

2.6. Perspectivas de investigación en el ámbito de la traducción de los nombres propios

La investigación en el ámbito de la traducción de nombres propios es una dirección importante que abre numerosas perspectivas para el análisis científico. Los nombres propios, como nombres, apellidos, topónimos y otros, desempeñan un papel crucial en la comunicación intercultural, ya que llevan consigo un contexto cultural, social e histórico. Esto los convierte en objeto de estudio por varias razones.

En primer lugar, los nombres propios son una ventana al mundo de la cultura, las tradiciones y los valores de un determinado pueblo, lo que a su vez influye en la elección de los métodos de traducción. El estudio de este proceso ayuda a esclarecer qué estrategias aplican los traductores para preservar el contenido y el sonido

originales, así como qué matices culturales son importantes en un contexto específico.

En segundo lugar, en el contexto de la globalización y el desarrollo de las tecnologías digitales, crece la importancia de los nombres propios en las redes sociales y los medios de comunicación, lo que también requiere un análisis separado. Por ejemplo, los nombres propios de marcas, productos y personalidades a menudo enfrentan desafíos en el contexto de la adaptación cultural. Esto es importante para las empresas que buscan ingresar a los mercados internacionales, ya que una traducción o adaptación incorrecta puede afectar negativamente la percepción de la marca en otra cultura. Por lo tanto, la investigación en este ámbito es necesaria para comprender cómo los nombres pueden convertirse en una herramienta de estrategia de marketing o incluso influir en la reputación internacional de una empresa.

En tercer lugar, un aspecto importante también son las cuestiones éticas que surgen durante la traducción de nombres propios. Esto puede incluir la discusión sobre la identidad, el respeto por las tradiciones culturales y la singularidad de cada idioma. Es importante considerar cómo la traducción de nombres propios puede influir en la percepción de la identidad nacional y cómo los estereotipos culturales pueden distorsionar el contenido original. Por ejemplo, en casos donde los nombres propios están relacionados con eventos históricos o políticos, su traducción puede generar controversias y divergencias.

Además, por ejemplo, la correcta traducción de nombres, en particular, se convierte en una demanda de la audiencia, especialmente en el contexto de la traducción de libros y películas. Una variante incorrecta o mal adaptada puede distorsionar significativamente la percepción de los personajes, sus motivaciones y la atmósfera general de la obra. Para los lectores y espectadores, no solo es importante comprender de qué se trata, sino también sentir una conexión con los códigos culturales incrustados en los nombres y denominaciones. Por lo tanto, en un contexto de creciente demanda de traducciones de calidad en la literatura y el cine, la investigación de este tema se vuelve extremadamente relevante.

Al fin y al cabo, la investigación sobre los nombres propios en la traducción es crucial para fomentar la sensibilidad lingüística y la competencia cultural, especialmente en un mundo contemporáneo cada vez más multicultural. Comprender cómo funcionan los nombres propios en diferentes contextos lingüísticos ayudará a mejorar la eficacia de la comunicación intercultural, lo cual es fundamental en la sociedad globalizada actual.

Conclusiones del segundo capítulo.

En el segundo capítulo práctico de la investigación científica se aborda la compleja e importante tarea de la traducción de los nombres propios, revelando su decisivo impacto en la percepción e interpretación de los textos. Durante el análisis se descubrió cómo los nombres, ya sean nombres personales, toponimia o marcas, no solo funcionan como simples identificadores, sino que también están impregnados de significados denotativos y connotativos que pueden influir en la experiencia del lector. Este fenómeno es especialmente evidente en el ámbito literario, donde los nombres a menudo se entrelazan con características simbólicas y culturales, las cuales pueden ser preservadas o distorsionadas en la traducción. La traducción adecuada de un nombre propio puede facilitar la inmersión del lector en una narrativa o, por el contrario, desorientarlo si no se manejan correctamente las referencias culturales inherentes al nombre. Este desafío no solo se presenta en la traducción literaria, sino también en otros géneros, como el periodístico o técnico, donde los nombres propios pueden portar información esencial que debe ser transmitida de manera precisa y clara.

Se subrayó que la traducción de nombres requiere una comprensión profunda del contexto cultural y los matices que pueden estar presentes en el idioma original. En este sentido, la función estilística de los nombres se vuelve vital, ya que los traductores deben asegurar la conservación del tono humorístico, irónico o dramático de las obras, como se muestra en el caso de las obras de Terry Pratchett.

También se subrayó la importancia del contexto sociopolítico en el que se producen las traducciones. En algunos casos, la localización de nombres propios puede verse influida por normas políticas o ideológicas, como la evitación de ciertos significados en nombres que podrían tener connotaciones negativas en la lengua de destino. Por ejemplo, en la traducción de nombres propios en textos históricos o religiosos, el traductor debe ser especialmente cauteloso al preservar el respeto hacia las sensibilidades culturales, lo que añade otra capa de complejidad al proceso.

En el entorno infantil, los apodos descriptivos son importantes para definir las características de los personajes, y su traducción puede tener un impacto significativo en la identificación de la audiencia joven y en la empatía con la historia. Una exitosa adaptación de apodos, como en el cuento ucraniano *Рукавичка*, demuestra cómo las estrategias de traducción pueden preservar la musicalidad y la emocionalidad.

El análisis también consideró la dilema que enfrentan los traductores de obras contemporáneas, como la trilogía de Stephanie Garber “*Once upon a broken heart*”, donde la decisión de adaptar o preservar los nombres originales puede afectar la inmersión del lector en el texto. Esto resalta la necesidad de equilibrar la localización y la preservación de la autenticidad.

Por otro lado, en la serie “*Mundodisco*” de Terry Pratchett es evidente cómo la creatividad en la traducción permite mantener el humor y la sátira a través de adaptaciones ingeniosas. Este enfoque demuestra la importancia de ir más allá de una simple representación fonética y buscar equivalentes semánticos que respeten el contexto cultural de los nombres.

De manera similar, el estudio de apellidos y apodos subraya su pertinencia en la narrativa, donde pueden contener significados que van más allá de la identificación, y su traducción requiere un análisis cuidadoso de los contextos culturales. La clasificación de los antropónimos y el estudio de las connotaciones culturales que poseen permiten comprender de manera más amplia cómo estos nombres funcionan en la literatura.

Finalmente, se observó que la traducción de nombres propios en el ámbito audiovisual y en el marketing contemporáneo es un campo cada vez más complejo.

En este contexto, los nombres no solo identifican personajes o productos, sino que también pueden influir en la conexión emocional del público. Las decisiones sobre la traducción deben considerar la sonoridad, el significado y las implicaciones culturales, especialmente en un mundo donde la globalización ha llevado a la predominancia del idioma inglés. El fenómeno de la "neutralización translengua" y los errores en la transliteración ilustran la necesidad de un enfoque crítico hacia la traducción de nombres, a fin de evitar malentendidos y percepciones negativas.

En resumen, este capítulo mostró que la traducción de nombres propios no es una tarea trivial; es un proceso que requiere sensibilidad cultural y entendimiento, así como un enfoque reflexivo hacia las intenciones del autor y las expectativas de la audiencia. La investigación en este campo debe contribuir a mejorar la práctica de traducción y el entendimiento intercultural en un mundo cada vez más interconectado.

CONCLUSIONES GENERALES

En la vida cotidiana nos encontramos a diario con el concepto de nombre propio sin pensar siquiera en su significado más profundo. Los nombres propios son una categoría léxica especial que sirve para denotar identificadores únicos que distinguen un objeto de otro. En términos relativos, sin nombres propios sería imposible distinguir entre objetos y fenómenos individuales, desde los nombres de personas hasta los de ciudades, países, ríos, astros, instituciones y artefactos culturales. Estas unidades lingüísticas funcionan no sólo como instrumentos de comunicación, sino que también son portadoras de información cultural, histórica, social e incluso psicológica.

La onomástica, o ciencia de los nombres propios, examina este fenómeno no sólo desde el punto de vista de la lingüística, sino también a través del prisma de enfoques interdisciplinarios. Historia, cultura, sociología, ciencia cognitiva: todos estos campos encuentran su lugar en el estudio de los nombres propios, ya que reflejan aspectos fundamentales de la vida social. Por ejemplo, los antropónimos (nombres de personas) no sólo reflejan características personales, sino también contextos sociales, religiosos e históricos. En muchas culturas, el nombre de un niño puede tener un significado simbólico o indicar ciertas creencias religiosas, y en algunas sociedades puede ser un indicador de estatus social o etnia. La investigación antroponímica moderna también llama la atención sobre los aspectos de género de los nombres: los nombres tradicionalmente femeninos y masculinos pueden contener reflejos estereotipados de los roles de género.

Otra categoría de nombres propios, los topónimos (nombres de objetos geográficos), también aporta información valiosa. Los topónimos pueden contener ecos de acontecimientos históricos o características naturales que han determinado el desarrollo de una zona concreta. Por ejemplo, muchas ciudades europeas tienen topónimos que indican su situación estratégica, sus recursos naturales o sus fundadores (como Kyiv, que probablemente deriva del nombre del legendario fundador Kyi). En este contexto, los topónimos se convierten en una clave para

comprender la historia del desarrollo de una región, un reflejo de las transformaciones culturales y las migraciones de los pueblos.

El estudio también hizo énfasis en el papel cognitivo de los nombres propios en los procesos de percepción y memorización de la información. Se descubrió que los nombres propios, debido a su unicidad, facilitan la identificación y clasificación de objetos y fenómenos. Estudios psicolingüísticos han confirmado que el uso de nombres propios activa los mecanismos asociativos del cerebro, lo que ayuda a las personas a memorizar información de forma rápida y eficaz. Esto es especialmente importante en marketing, donde los nombres de marca (crematónimos) son cruciales para crear una imagen reconocible de un producto o servicio. Un nombre de marca bien elegido no sólo facilita su recuerdo, sino que también puede generar ciertas reacciones emocionales en los consumidores, lo que influye en su elección de productos.

Dada la importancia de los nombres propios en la vida cotidiana y la comunicación intercultural, su traducción se está convirtiendo en un tema candente en los estudios de traducción. Las peculiaridades de la traducción de nombres propios suelen suscitar discusiones, ya que el traductor debe preservar no sólo el componente semántico, sino también la carga emocional y cultural que conllevan estos nombres. Los enfoques modernos de la traducción de nombres propios incluyen diversas estrategias, como la transcripción (transmisión de la representación sonora del nombre), la transliteración (transmisión de su forma gráfica), la adaptación a las normas fonéticas o gramaticales de la lengua de destino, así como el calco o incluso la creación de un nuevo nombre si el original tiene un significado incomprensible o indeseable para el público de destino. Un ejemplo de reto en la traducción de nombres propios son los llamados «apellidos que hablan por sí mismos», habituales en la ficción, sobre todo en la fantasía o la sátira. En este contexto, no sólo es importante transmitir la forma del nombre, sino también reproducir su carga semántica, que a menudo es importante para entender el carácter o el papel del personaje. Por ejemplo, en la serie “Mundodisco” de Terry Pratchett, hay nombres de personajes que reflejan su personalidad o su papel social, como Eskarina Herrero o

Yaya Ceravieja. Un traductor que trabaje con este tipo de textos tiene que encontrar un equilibrio entre la conservación de la forma sonora y la transmisión del significado.

La investigación sobre los nombres propios también revela cómo estos evolucionan y cambian con el tiempo, reflejando dinámicas sociales y transformaciones culturales. En el contexto de la globalización y las migraciones internacionales, los nombres propios adquieren una dimensión aún más significativa. Los nombres de personas o lugares que antes eran locales o regionales ahora circulan en contextos globales, lo que puede dar lugar a cambios en su pronunciación, significado o percepción. Además, las redes sociales y las plataformas digitales están introduciendo nuevos tipos de nombres propios, como los nombres de usuario y los hashtags, que también requieren un análisis dentro de la onomástica moderna.

La interacción de los nombres propios con el entorno digital ha abierto nuevas áreas de estudio. En las redes sociales, por ejemplo, los nombres de usuario y los apodos digitales (a menudo conocidos como "nicknames") se han convertido en una forma predominante de autoidentificación, con reglas y convenciones que a menudo difieren de las de los nombres tradicionales. En este sentido, la elección de un nombre propio en un entorno digital puede estar influenciada por factores que van desde el anonimato hasta la creación de una marca personal, lo que añade otra capa de complejidad al estudio de los nombres propios en la era digital.

Por otro lado, el proceso de adaptación de nombres propios en productos mediáticos, como películas o series, muestra cómo la traducción no solo cumple una función lingüística, sino también una comercial. En la industria del entretenimiento, los nombres de personajes, lugares o productos ficticios pueden ser modificados para resonar mejor con el público local, adaptando referencias culturales o humorísticas que, de otra forma, no serían comprendidas. Este fenómeno subraya la importancia de los nombres propios no solo como vehículos de identidad, sino como herramientas de conexión emocional y cultural entre los textos y su audiencia.

El estudio de los nombres propios no se limita a una dimensión lingüística; abarca cuestiones que son esenciales para comprender la evolución del lenguaje y su

relación con la sociedad. Desde una perspectiva de traducción, la correcta interpretación y adaptación de los nombres propios sigue siendo un desafío fundamental para los traductores, quienes deben equilibrar fidelidad al original con inteligibilidad y resonancia cultural en la lengua meta. La exploración continua de este campo es crucial para mejorar no solo la traducción literaria y comercial, sino también para fortalecer los vínculos interculturales en un mundo cada vez más interconectado.

En consecuencia, el estudio ha puesto de relieve la naturaleza multidimensional de los nombres propios, que desempeñan funciones de identificación y reflejan procesos culturales, históricos y cognitivos. Son un fenómeno multicapa y dinámico que va más allá de la mera denominación de objetos. La traducción de los nombres propios es a la vez un arte y una ciencia, que requiere un profundo conocimiento de la lengua y la cultura en la que funcionan estos nombres. La importancia de seguir investigando en este campo radica en que la globalización y la comunicación intercultural amplían constantemente las fronteras de la interacción entre lenguas y culturas. Es necesario profundizar en el análisis de la traducción de nombres propios, la adaptación de nombres de marca y la integración de marcadores culturales en nuevos contextos. Por tanto, seguir investigando en este ámbito no sólo ayudará a comprender mejor los procesos lingüísticos, sino que también contribuirá a mejorar la interacción y la comunicación interculturales en el contexto de la globalización constante.

BIBLIOGRAFÍA

1. Бадан, А. А., & Євсігнеєва, О. Ю. (2021). Проблема стандартизації та перекладу географічних назв германського походження. 163. DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.16.30>
2. Віват. (2024). Як перекладали українською «Одного разу розбите серце». Взято з <https://vivat.com.ua/blog/yak-perekladaly-ukrainskoiu-odnoho-razu-rozbyte-sertse/#gs.fkmrwf>
3. Волкова, С. Г. (2021). Реалії та особливості їх перекладу в літературі. ВЧЕНІ ЗАПИСКИ. 16
4. Галюк, Н. С. (2002). Основні етапи вивчення імені власного в історії лінгвістики. Вісник Запорізького державного університету. Філологічні науки, (3), 41.
5. Дейниченко, Н. П., & Лиманчук, Л. М. (2010). Власні назви в картині зоряного неба.
6. Захарова, О. Р. (2021). Ономастика як наука про імена. Маріупольський молодіжний науковий форум: традиційні й новітні аспекти дослідження і викладання іноземних мов і літератури: Матеріали IV Всеукраїнської, 82.
7. Захарова, Ю. А. (2013). Адекватність та еквівалентність перекладу на основі твору Е. По «Золотий жук». Студентські наукові студії: Молодіжний науковий журнал, 1(32).
8. Карпенко, О. Ю. (2006). Проблематика когнітивної ономастики. Одеса: Астропринт. 6-8.
9. Карпенко, О. Ю. (2010). Когнітивна ономастика. Режим доступу: <http://karpenko.in.ua/wp-content/uploads/2012/12/49.pdf>.
10. Коляденко, О. О. (2013). Термін фрейм у лінгвістиці. Термінологічний вісник, (2 (1)), 139-144.
11. Компан, О. С. (1966). Ономастика як допоміжна історична дисципліна. ІДВ, 2, 54–64.
12. Коч, Н. В. (2021). Когнітивна лінгвістика: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Миколаїв : Іліон, 2021. 132.
13. Кочерган, М. П. (1999). Загальне мовознавство. К.: Академія. 181-261.
14. Куліш, В., & Гарах, О. (2020). Труднощі перекладу культурно маркованої лексики. Молодий вчений, (12 (88)), 64-68.
15. Масенко, Л. Т. (2005). Власні назви (оніми). Енциклопедія Сучасної України. НАН України, НТШ. Взято з <https://esu.com.ua/article-35126>
16. Пасік, Н. М. (2000). Власні назви в українській фразеології та пареміології. *автореф. дис.... канд. філол. наук.*
17. Рибко, Н. В. (2018). Переклад власних назв (Doctoral dissertation, ВНТУ).

18. Романюк, О. (2021). Особливості перекладу реалій. Актуальні проблеми навчання іноземних мов для спеціальних цілей: збірник наукових статей, 110-113.
19. Рябініна, І. М., & Кузьменко, В. С. (2017). Методи та особливості перекладу деяких груп власних назв. Транспозиція. Калькування. Перспективні напрямки сучасної науки та освіти. 241
20. Стахова, О. (2020). Способи перекладу власних назв у художньому тексті. Матеріали III Міжнародної студентської науково-технічної конференції „Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання“, 173-174.
21. Черемська, О. С. (2015). Ненормативне калькування як проблема перекладу термінологіки економічної сфери. 3.
22. Яременко, В. І. (2010). Історична ономастика у творчій спадщині Тараса Шевченка. Український історичний журнал.
23. Abdolmaleki, S. D. (2012). Proper names in translation: An explanatory attempt. *The social sciences*, 7(6), 832.
24. Aksholakova, A. (2014). Proper name as a clue symbol of identity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 112, 465-471.
25. Albir, A. H. (2001). *Traducción y traductología*. Cátedra.
26. Alcega, F. B. (2020). Francesco Padovani, Sulle tracce del dio. Teonimi ed etimologia in Plutarco, (Academia Philosophical Studies, vol. 61), Academia Verlag: Sankt Augustin 2018, 281pp. [ISBN: 978-3-389665-737-4]. *Ploutarchos*, 17, 118-124.
27. Alvarez, G. D. J. (1962). *TOPONIMOS EN APELLIDOS HISPANOS: UN ESTUDIO ONOMASTICO*. (SPANISH TEXT). University of Southern California.
28. Bertills, Y. (2003). Beyond identification: proper names in children's literature (Doctoral dissertation, ÅBO Akademis Förlag-ÅBO Akademi University Press). 40.
29. Bright, W. (2003). What is a name? Reflections on onomastics. *Language and linguistics*, 4(4), 671.
30. Brunot F. (1965). *La Pensée et la langue*, Paris : Masson, 954.
31. Cáceres Lorenzo, M. T. (2007). Transculturización, adaptación, reajustes e influencias en el léxico de la época de los Austrias: interacciones en los zoónimos Canarios. *Neophilologus*, 91(3), 423-437.
32. Chanda, V. M. (2017). Vincent M. Chanda. Issues in the Linguistics of Onomastics. *Journal of Lexicography and Terminology*. 1(2), 80-81.
33. Croft, W., & Cruse, D. A. (2008). *Lingüística cognitiva*. Ediciones Akal.
34. Cuéllar Lázaro, C. (2014). Los nombres propios y su tratamiento en traducción. *Meta*, 59(2), 360–379. <https://doi.org/10.7202/1027480ar>

35. de Seabra, M. C. T. C., & Isquierdo, A. N. (2018). A Onomástica em diferentes perspectivas: resultados de pesquisas/Onomastics in different perspectives: research results. *Revista de Estudos da Linguagem*, 26(3), 993-1000.
36. Dvořáková, Ž. (2018). Notes on functions of proper names in literature. *Onoma*, 53, 33-48.
37. Fernandes, L. (2006) 'Translation of Names in Children's Fantasy Literature'. *New Voices in Translation Studies* 2, p. 45.
38. Galewska, K. (2019). The Translation of Chinese Proper Names: A Cognitive Approach. *Onomastica*, (63).
39. García, F. O. (2003). Los nombres propios: ¿ lexemas o morfemas?. *Revista de filología española*, 83(1/2), 93-132.
40. Gil-Bardají, A., & Presas, M. (2008). Procedimientos, técnicas, estrategias: operadores del proceso traductor.
41. González García, A. (2017). La traducción de los nombres propios: estudio del caso de la serie de televisión Juego de Tronos. 27.
42. Hajdú, M. (2002). The history of onomastics. *Onomastica Uralica*, 2(1), 7-45.
43. Herrera Aguilar, C. L., & Tirado Zavaleta, L. S. (2023). Estrategias de traducción empleadas en un cómic de superhéroes.
44. International Science Council. (n.d.). Retrieved from <https://es.council.science/>
45. Leuci, V. (2014). Poetas in-versos: ficción y nombre propio en Gloria Fuertes y Ángel González. In II Jornadas Internas de Investigadores en Formación del Departamento de Letras 2013.
46. Mazur, A., & Zalesnova, O. (2024). Peculiaridades de traducción de los apellidos que hablan por sí mismos. VI International Scientific and Theoretical Conference. Coventry, United Kingdom.
47. Miklosich, F. (1865). *Lexicon Palaeoslovenico-Graeco-Latinum*.
48. Mill, J. S. (1875). Of names. 38-39.
49. DOI: <https://doi.org/10.1037/12401-002>
50. Mirzayeva, D. I., & Jo'rayeva, S. S. (2023). Theory of onomastics and its study in world linguistics. *International Journal of Culture and Modernity*, 25.
51. Moya, V. (1993). Nombres propios: su traducción. *Revista de Filología de la Universidad de la Laguna*, (12), 233-248.
52. Nicolaisen, W. F. (1978). Are there connotative names?. *Names*, 26(1), 42.
53. Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/diccionario>
54. Real Academia Española. (n.d.). Onomástico. In *Diccionario de la lengua española* (23rd ed.). Retrieved from <https://dle.rae.es/onom%C3%A1stico>

55. Reszegi, K. (2023). Proper names in cognitive onomastics: Meaning and categorization of proper names. *Onomástica desde América Latina*, 4(1), 1-32.
56. Rodríguez, G. R. (2022). Nombre propio y ficción: antroponimia en la literatura. *Universidad-Verdad*, 2(81), 120.
57. Rodríguez, L. C. (2009). La onomástica y la toponimia como señales en el proceso de conformación de identidad de " Agua fría", en la novela *Temblor de Rosa Montero*. *Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica*, 11-30.
58. Ruhstaller, S. (2019). Toponimia. *Manual de lingüística española*, 14.
59. Thanh, T. P. T. (2014). Machine translation of proper names from english and french into vietnamese: an error analysis and some proposed solutions (Doctoral dissertation, Université de Franche-Comté).
60. Van Coillie, J. (2006). Character names in translation: A functional approach.
61. Zumalacárregui, Á. L. (1996). Onomástica e historia. *La memoria histórica de cantabria*, 2, 95.

FUENTES DE ILUSTRACIONES

- 62 Пратчетт, Т. (2017). Право на чари. О. Михельсон (Пер.). Львів: Видавництво Старого Лева.
- 63 Ukrainian folk. (1954). The old man's mitten. In *Folk tales*.

RESUMEN

En el mundo actual, en el que la comunicación intercultural y la globalización siguen teniendo un impacto activo en diversas esferas de la vida social, la traducción de nombres propios, incluidos antropónimos y topónimos, sigue siendo uno de los aspectos más desafiantes y, sin embargo, clave de la traducción. A pesar del desarrollo de los sistemas de traducción automática y de la inteligencia artificial, sigue siendo responsabilidad de traductores cualificados transmitir con precisión los matices culturales, históricos y semánticos que encierran los nombres propios. Un lugar especial entre tales unidades lo ocupan los llamados «apellidos que hablan», que conllevan una carga no sólo informativa, sino también simbólica y valorativa, lo que convierte su traducción en un proceso problemático y de múltiples capas.

El objetivo de este estudio es analizar exhaustivamente las peculiaridades de la traducción al ucraniano de nombres propios españoles, en particular apodos y direcciones, que desempeñan funciones no sólo nominativas, sino también semánticas y pragmáticas. La investigación se basa en un análisis comparativo de los textos originales en español y sus traducciones al ucraniano, centrándose en preservar la carga semántica, el valor estético y la relevancia cultural.

El trabajo de calificación consta de dos secciones fundamentales. La primera sección es teórica y está dedicada al estudio de la naturaleza de los nombres propios en la lingüística y los estudios de traducción. Examina la clasificación de los nombres propios, su lugar en el sistema lingüístico y las peculiaridades de su funcionamiento en el discurso literario. Se presta especial atención a los aspectos cognitivos de la traducción de nombres propios, lo que permite una comprensión más profunda de los procesos de transferencia de significado en la comunicación intercultural.

La segunda parte, de carácter práctico, está dedicada al análisis de las estrategias de traducción en la reproducción de nombres propios españoles, en particular, los «nombres parlantes». Esta parte examina ejemplos concretos de literatura, materiales audiovisuales y textos de marketing en los que el traductor se enfrenta a la necesidad de preservar no sólo el significado denotativo del nombre, sino también su potencial

connotativo. El análisis ha revelado que uno de los principales retos es preservar la especificidad cultural y el significado asociativo de los nombres propios, lo que exige que el traductor recurra a métodos como la transcripción, la transliteración, el calco y la adaptación.

En el transcurso del estudio se utilizaron diversos métodos científicos, como el análisis transformacional y los enfoques comparativo y cognitivo, que permitieron identificar las tendencias y los retos clave en la traducción de nombres propios. Es importante señalar que el traductor se enfrenta a la necesidad de encontrar un equilibrio entre la preservación de la forma y el contenido de los nombres propios, ya que ignorar los aspectos culturales puede conducir a la pérdida de una parte significativa de la semántica original.

Los resultados prácticos del estudio muestran que las estrategias más comunes para traducir nombres propios españoles son la traducción literal con adaptación parcial a la realidad ucraniana, así como el uso de equivalentes connotativos cuando la traducción directa no es capaz de transmitir plenamente el significado simbólico. En particular, la traducción de los «apellidos que hablan» requiere una atención especial, ya que estos nombres suelen contener elementos de juego de palabras, alusiones históricas o culturales, lo que exige un enfoque creativo por parte del traductor.

Este trabajo de calificación es una contribución al desarrollo de los estudios de traducción en el ámbito de la traducción de nombres propios, ya que ofrece tanto una base teórica como recomendaciones prácticas para los traductores. Como resultado, se puede concluir que la traducción de nombres propios no es sólo un proceso lingüístico, sino también una adaptación cultural y semántica que requiere una comprensión profunda del contexto del original y un enfoque creativo para reproducir este contexto en la lengua meta. En este sentido, el estudio de la traducción de nombres propios abre nuevas perspectivas para la comunicación intercultural, mejorando la comprensión y la interacción entre distintas comunidades lingüísticas.

Palabras clave: traducción de nombres propios, «apellidos que hablan», estrategias de traducción, enfoque cognitivo, comunicación intercultural, traducción español-ucraniano.