Eponimia y traducción

VIRGILIO MOYA
Universidad de Las Palmas

Atravesamos una época en que a la embarcación motora inflable se le llama *zodiac*, al caramelo sujeto a un palillo chupachups, y a un segundón *Poulidor*. Y no está muy lejos el día en que denominemos a las enfermedades con el nombre del médico que describió sus síntomas por primera vez: *Down, Alzheimer, Crohn, Parkinson*, etc.

Dedicaremos estas páginas, como el título indica, a los epónimos (o nombres comunes derivados de nombres propios) que forman parte de la lengua usada, pero que todavía no figuran en el diccionario de la Real Academia (epónimo éste, por cierto, procedente del nombre del gimnasio donde enseñó PLATÓN). No tenemos, pues, la intención de hablar de los epónimos ya fosilizados y académicos («baquelita», «morse», «guillotina», «silueta», «diesel»). Los veremos bajo el prisma de la traducción y haremos hincapié en el crecimiento que, gracias a ellos, está experimentando nuestra lengua, crecimiento que, impulsado además por otras fuerzas (calcos, préstamos, acrónimos, etc.), hace que no sea igual a cero. La base textual de nuestro estudio será la prensa escrita, tanto textos explícitamente traducidos como textos originales o de autores españoles. Lo cual quiere decir que las aplicaciones sólo serán válidas para textos no literarios, teniendo siempre en cuenta que cada texto es único.

Pon tu nombre en el diccionario

En la cultura judeo-cristiana, el hecho de que el nombre propio de una persona real, viva o muerta, pase a formar parte del lenguaje corriente, perdure a través del tiempo y se fije en la memoria colectiva de un pueblo es, de algún modo —si no se pierde la noción de su origen y en términos generales— un honor para los vivos y un homenaje a los muertos. Hay culturas, sin embargo, en que no ocurre lo mismo: en la polinesia, por ejemplo, cuando alguien muere se les cambia el nombre a todos los que se llaman como él o ella: hay un miedo generalizado a que el poder

maléfico de la muerte actúe sobre aquel que pronuncia el nombre de un muerto (cfr. CRYSTAL 1994: 9).

Y ¿qué hay que hacer para que el nombre de uno entre en el diccionario? Pues no siempre basta con destacar preeminentemente en un campo cualquiera de las ciencias, las letras o las artes. Algunos de los que han entrado en la prensa en estos últimos lustros —con escasa garantía de futuro— son epónimos correspondientes a la política barata. La imagen que da la gente es incontrolable, y no importa la grandeza de un personaje —no nos estamos refiriendo precisamente a los antes mencionados— para que termine asociado a un único acontecimiento, independientemente de la variedad de sus logros. ¿A santo de qué, si no, se le llama beethoven (en la locución «estar algo *beethoven*») a un sordo y no a un músico? El mes pasado, el candidato demócrata a la presidencia de EEUU, John Kerry, calificó a los empresarios que «deslocalizan parte de su producción al extranjero» de *Benedict Arnolds* o traidores. Y, sin embargo, Arnold fue uno de los generales más galardonados durante la guerra de la independencia de EEUU. Y Goebbels, que fue un gran orador y un buen relaciones públicas, si algún día entra en el diccionario no significará otra cosa que «alguien que utiliza los medios de comunicación para servir a la política de un partido o gobierno».

Luego habrá que actuar con más cautela que las cinco vírgenes prudentes de la parábola para dar con el sentido preciso de algunos nombres propios usados como epónimos en el TO (texto original), no vaya a ser que no se nos abra la entrada del éxito traductor. El contexto juega a nuestro favor, pero si ni aun así quedan claras las entrelíneas pactemos con la realidad y seamos ambiguos. Una frase como *I am not James Dean* puede tener varios significados, pero si interpretamos el subtexto no tendrá nada más que uno: «mis rebeldías tienen causa». Y lo más probable es que la interpretación sea correcta, pero queda un margen de error que no desaparecería sino traduciéndola literalmente, o sea, acudiendo a la ambigüedad.

Epónimos procedentes de nombres propios del mundo de la ficción

Los artículos periodísticos que nos ocupan aluden constantemente al mundo de la ficción, y las alusiones a personajes (que algunos dan nombres a títulos), objetos y lugares —en menor medida— se pueden hallar lo mismo en la sección de bolsa que en noticias, editoriales o columnas, y no en los textos *de autor*. Veamos cuatro textos (uno noticioso, otro bursátil, otro sacado del horóscopo y un cuarto de difícil clasificación) que dejan traslucir lo dicho:

> Le gustaba [al *señor de la guerra* somalí] combinar la camisa blanca […] con la guerrera militar, pero siempre rodeado de una caterva de jovencísimos fieles armados hasta los dientes a bordo de *technicals* o ***mad max*** (furgonetas con ametralladoras antiaéreas soldadas en la parte trasera) (*El País*, 3.8.1996, 3).
>
> No todos los analistas se muestran optimistas ante la salida a bolsa de Telekom y se escuchan muchas voces de ***Casandras*** que advierten contra los riesgos de la compra y previenen al pequeño ahorrista alemán poco ducho en acciones y bolsa (*El País*, 13.10.1996, Negocios/7).
>
> Escorpio el envolvente… No escuche el canto de las sirenas, rechace todos los ***caballos de Troya***, las emboscadas, los engaños (*Canarias 7*, 21.8.1992, 79).
>
> Para el lanzamiento de Marlene Dietrich en Hollywood, el judío vienés Josef von Sternberg, un ***Svengali*** por la transformación de una rechoncha ama de casa en la más despiadada mujer fatal del cine, prefirió una novela barata, en la que una cantante de cabaret se enamoraba del despreocupado legionario (*Pequeño País*, 24.4.1994, Pasatiempos/10).

En los cuatro ejemplos, los epónimos vienen en cursiva: en el primer caso por tratarse de un sentido transferido o metonímico y por ser palabra extranjera, y en los otros tres porque se habla de un segundo sentido figurado o estereotipado. Los cuatro epónimos, además, vienen en cierto modo explicados, a pesar de que dos de ellos son sobradamente conocidos por los lectores españoles: el primero, definido; y los otros tres, descritos *grosso modo*, porque en el texto de *Casandra* no se menciona para nada que la hija de Príamo es además la *vox clamantis in deserto* o, lo que es igual, que la gente hace caso omiso de sus presagios, ni que son generalmente ciertas sus predicciones, y en la descripción de *Svengali* (epónimo procedente de un personaje del mismo nombre de *Trilby*, novela de George DU MAURIER fechada en 1894) no se incluye el carácter siniestro de sus intenciones, otro de los componentes semánticos de la palabra. Hay que señalar, finalmente, que en los cuatro ejemplos figuran conjuntamente la explicación antes mencionada y el nombre propio, lo que quiere decir que no es muy corriente trasladar sólo el sentido o lo connotado, se conozca o no en la lengua de llegada.

Luego no son del todo ciertas las palabras de NEWMARK cuando dice que en una traducción comunicativa[1], si el nombre propio está usado sólo connotativamente y sus connotaciones no se conocen (o no son las mismas) en la lengua meta, se traslada por lo general el sentido:

> Si el nombre propio es puramente connotativo («Él es un Creso; ella, una Níobe»), lo normal es que se traduzca por lo connotado, a no ser que tenga el mismo sentido en la lengua meta. […] Ahora bien, si se tratara de una traducción semántica, lo obligatorio sería transferir el nombre propio (1988: 151).

Nuestra idea es la siguiente: lo normal y preferible en la traducción de textos no literarios es trasladar el epónimo (transferido, *traducido* o adaptado, según la suerte traductora que haya corrido el nombre en cuestión en la lengua meta) y el sentido. Pero, ante la disyuntiva entre dar sólo su sentido (sin el nombre) o dar únicamente el nombre (sin el sentido), nos quedamos con lo último, que es además lo que hace la prensa, como evidencian los traductores de los siguientes textos:

> No tiene sentido que sea una farsa [señaló Edward Leigh con motivo de la dimisión de Major como líder *tory*], lo que ocurriría si sólo hay un candidato o hay que elegir entre Major y un ***Mickey Mouse*** (*El País*, 24.6.1995, 2).

> Pero la posibilidad de una futura hegemonía china de aquí a un cuarto de siglo no es un fantasma que preocupe a los ***prometeos*** del World Economic Forum (Jean Daniel, «Circo de invierno en la cumbre», *El País*, 11.2.1997, 12).

No todos los lectores de este diario tienen la obligación de estar familiarizados con la ingenuidad y simpleza del personaje de dibujos animados creado por Disney ni, por supuesto, la de saber que el epónimo en inglés es sinónimo de «insignificante» o «trivial», y sin embargo el traductor ni traduce *Mickey Mouse* por lo que connota ni por otro epónimo típico de nuestra cultura, como «Perico el de los Palotes» o «Juan Pérez», opciones éstas que no salvarían el escollo de la coherencia al poner en boca de un británico un nombre tan castizo de la cultura meta. Traducir, como norma, los epónimos desconocidos en nuestra cultura por sus connotaciones es atentar contra la esencia misma de la

[1] Para ver la distinción entre traducción comunicativa y traducción semántica, cfr. NEWMARK 1992: 342.

traducción, o sea, la comunicación intercultural, como también lo sería traducirlos siempre por epónimos conocidos en la cultura meta. *Svengali* se podría haber traducido por «Pigmalión», al igual que se podría trasladar *Frankenstein* (en ocasiones) por «aprendiz de brujo», *Robin Hood* por «José María el Tempranillo», *Xanadu* por «Arcadia», *Shangri-la* por «Utopía», y así sucesivamente. Pero ¿qué pasaría? Que no saldríamos de la tan criticada *cultura del mosaico*, esa particularidad de la cultura contemporánea que permite que un individuo sepa mucho de una materia determinada ignorando por completo fundamentos de cualquier otra. Que nuestra lengua no se enriquecería por esa vía, porque la mayor parte de estos epónimos están pidiendo su entrada en el diccionario. Además, la cantidad *canta*, o lo que es igual, los hechos prueban el crecimiento de nuestro léxico o de sus sentidos figurados gracias al proceso comunicativo interlingual.

Otro de los problemas que pueden plantear algunos de estos epónimos es el de la ambigüedad. A veces, como sinécdoques que son (se toma lo particular por lo general), figuran en el texto en plan *código de Hammurabi*, es decir, que hay que descifrarlos (si se dejan). Lo más probable, por ejemplo, es que *mercury* escrito con minúscula signifique «mensajero» —no olvidemos que en la mitología romana, Mercurio era el mensajero de los dioses—, pero *mercurial*, al estar en relación a la vez con el dios romano, el elemento químico del mismo nombre y el planeta, no solo puede significar «elocuente», «ingenuo», «largo de uñas», sino también «vivo», «veleidoso», «impredecible», e incluso en el terreno sexual «caliente», por aquello de que «mañana el mercurio subirá a 25 grados». ¿Qué traductor, pues, le pone el cascabel a esta palabra tipo *Rashomon*? No es corriente que esto pase dentro de un texto, pero, si así fuera, con lo único que cuenta el traductor es con la red de seguridad que dan el contexto y la idea de que los personajes míticos (y reales) acaben con el tiempo asociados a un único rasgo o acontecimiento. Y, si al final ni siquiera esto funciona, siempre tendrá el recurso de trasladar únicamente el epónimo y olvidarse de las connotaciones, es decir, de mantener la ambigüedad del TO y dejar al lector solo ante el peligro.

Así que, por lo que a las técnicas de traducción utilizadas en los epónimos de ficción se refiere, tenemos que señalar a modo de resumen:

A que se suelen explicar, tanto los conocidos como los no conocidos en la LM (lengua meta), entre otras cosas por las exigencias de los textos que tratamos y por las del propio epónimo (nombre propio con función de nombre común);

B que, además de explicarse, lo normal es que se transfiera el nombre propio que los conforma, a no ser que ya existan en la LM adaptaciones o *traducciones* de él;
C que, en caso de duda entre trasladar sólo las connotaciones o el nombre, es preferible lo último; y
D que existen otras posibilidades traductoras: desde el traducir el epónimo única y exclusivamente por el sentido hasta traducirlo por otro más familiar en la cultura de llegada, pasando por la traducción de un no epónimo por un epónimo.

De la enciclopedia al diccionario

Ni están todos los que son, ni son todos los que están. Hablamos de vocablos y del *Diccionario de la Real Academia Española*. Y eso que últimamente se han hecho grandes esfuerzos para admitir palabras que andaban ya, desde hace unos cuantos años, en boca de todos, pero que todavía las autoridades lingüísticas no las habían incorporado por pertenecer a la jerga, por ser malas traducciones, porque el sentido que les había dado el pueblo no era el que los probos querían, etc. Aplaudimos el esfuerzo y nos parece de perlas, aunque todavía queda mucho por hacer. No se ve, sin embargo, ningún intento por parte de la Real Academia de ampliar la nómina de epónimos que lexicógrafos de otros países con más tradición lexicográfica ya han incorporado a sus diccionarios, tal vez debido a las quejas antes mencionadas.

De lo que se trata es de incorporar segundos sentidos de nombres propios del mundo de la ficción que están más íntimamente vinculados a nuestra cultura actual que el nombre propio en sí o lo que de él nos dice la enciclopedia. La gente no necesita recordar (y de hecho no recuerda) qué papel desempeñaba, por ejemplo, Prometeo en la mitología griega para saber que significa «atrevidamente original o creativo». Y hacia esta diana van dirigidos los dardos de Amando DE MIGUEL (aunque él habla de nombres comunes) en la tercera de *Abc*:

> Lo más llamativo es que las definiciones [del *DRAE*] suelen quedarse en su aspecto físico, positivista, es decir, se refieren a «cosas». Se requiere un espíritu algo más «metafísico», en el sentido originario del orden de los libros de Aristóteles. Las cosas deben ceder paso a los sentimientos y otros estados del alma. Deben ampliarse los sentidos que los gramáticos suelen llamar «figurados», pero que son a veces los comunes y útiles. Una lengua adquiere lustre (esplendor) cuando acumula muchos sentidos figurados de las palabras (1997: 3).

El hecho es que tendremos que esperar algunos años para escribir en redonda y en minúscula palabras (o expresiones) empleadas en sentido figurado tan antiguas como «Prometeo», «Casandra», «Falstaff», «Pepito Grillo», «Tarzán» o «Lolita». El idioma, no cabe duda, se enriquecería. Pero no sólo eso. Hay algo más y es que, como en la apuesta de PASCAL, lo que podemos ganar (incorporando éstas y otras palabras) es íntimamente más sugerente, vivo y hermoso que lo que se perdería con el fracaso.

Hay epónimos procedentes del mundo de la ficción que pueden despertar del sueño enciclopédico y dar brillo y esplendor, pero sobre todo vida, a las páginas del diccionario de la Docta Casa, al igual que lo hicieron en su día «onanismo»[2], «pantagruélico», «rebeca»[3], etc. Porque, como se lee al final de la cita anterior, «una lengua adquiere lustre (esplendor) cuando acumula muchos sentidos figurados». Algunos de estos epónimos llevan ya tiempo siendo de uso común, condición *sine qua non* para que sean incorporados al diccionario, y otros tendrán que seguir siendo usados por el público para que sean aceptados, pero todos ellos son más comunes que algunos de los vocablos que figuran en el *DRAE* y están sacados de la prensa escrita, que es donde escriben modernamente las llamadas autoridades. Sabemos que una golondrina no hace verano, pero también que haciendo las cosas a medias nunca ganaremos nada. He aquí, a modo de sugerencia, otros epónimos del mundo de la ficción que podrían figurar en el diccionario: «007», «Doctor Jeckyll y Mr. Hide», «elemental, querido Watson»[4], «Frankenstein», «Gato de Cheshire», «Humpty-Dumpty», «míster Marshall» (ayuda multimillonaria procedente del exterior), «patito feo», «Peter Pan», «Quasimodo», «Rambo», «Robin Hood», «Robinson (Crusoe)», «serendipidad» (facultad de hacer descubrimientos afortunados por accidente), «Shangri-la»[5], «Sherlock Holmes», «Svengali», «Xanadú».

---

2 Onanismo es un epónimo que viene del nombre del personaje bíblico Onán y, según el uso común y los diccionarios, quiere decir «masturbación». Sin embargo, lo que significa, a juzgar por *Génesis* 38: 8-9, es técnicamente *coitus interruptus* y vulgarmente *marcha atrás* (cfr. BURMAN 1993).

3 Este epónimo dio en su día también «rebequismo», o lo que es igual, un estilo de novela, teatro y cine en el que el gran personaje no aparece nunca en escena, pero está presente en todos los actos (cfr. HARO TECGLEN 1997).

4 Esta frase eponímica proviene de *elementary, my dear Watson*, palabras erróneamente atribuidas a Sherlock Holmes, detective creado por Arthur CONAN DOYLE (cfr. BURMAN 1993: 227). Si aparece aquí es por el nombre propio de carácter lexemático que encierra.

5 Valle imaginario del Himalaya descrito por James MILTON en su novela *Lost Horizon* (1933).

Epónimos procedentes de antropónimos reales

Gracias a la ubicuidad y fuerza de la prensa, se han divulgado en nuestra lengua cantidad de nombres propios identificadores de enfermedades y se ha popularizado desorbitadamente la palabra «síndrome». Todo, en cosa de tres lustros. A comienzos de los 80, para el común de la gente *el síndrome* era el síndrome tóxico y para de contar. Ahora, cada día salta a la palestra un nuevo síndrome, siendo ya tantos los que circulan que a los profanos en la materia nos cuesta diferenciar un auténtico cuadro clínico, suavizado sólo por la magia del nombre propio que encierra, de una nube negra de verano cargada de alguna pequeña indisposición.

La mayor parte de los nombres propios de este apartado son lexemáticos o integrantes de sintagmas eponímicos fijos (al menos, al principio de su singladura por la LM), cuyo traslado al español exige una transposición morfosintáctica, es decir, se transfiere el nombre propio y se traduce el genérico cambiando el orden (*Creutzfeldt-Jakob disease*: «enfermedad de C-J»), y, una vez divulgados y popularizados, se suprime el genérico y se transfiere sólo el nombre propio del médico («Creutzfeldt-Jakob», «Huntington», «Tay-Sachs», etc.) que describió por primera vez los síntomas de la enfermedad (o del lugar donde primeramente se descubrió el virus —«Ébola», «Hantaan», «Lassa»—). Con lo cual, la jerga esotérica de los médicos —la de los chamanes es igual de excluyente— se verá aumentada: indudablemente, «síndrome del dedo blanco» tiene mayor poder descriptivo que «síndrome de Raynaud», pero también es obvio que «tenosinovinitis» o «nefritis» le dicen más al lector que «síndrome de De Quervain» o «enfermedad de Bright», respectivamente. Los epónimos, en cambio, juegan con la ventaja —eso dicen ellos— de que son más fáciles de pronunciar, más eufemísticos y se retienen mejor: el término «sordoceguera» es obviamente más violento que la expresión «síndrome de Usher». Habrá que darle tiempo una vez más: el curso de los acontecimientos lingüísticos no es siempre predecible.

Así pues, lo que empieza siendo una expresión eponímica tipo «enfermedad de Down» se acorta con los años y se convierte en un epónimo («Down»), que supuestamente terminará desmayusculizándose («down») y derivándose («downiano», «parkinsoniano»). Durante ese proceso de divulgación, lo que se suele hacer es transferir el nombre propio lexemático y traducir el transparente clasificador (virus, síndrome, índice, perro, gato, regla, teorema, etc.), como hemos dicho. Pero el traslado no estaría completo si, por lo que fuera —normalmente, porque en la cultura de origen la expresión está ya divulgada—, el epónimo no se explica en el TO. Para completarlo, pues, habría que añadir una breve

explicación, que es lo que suele hacer también la prensa. Por tanto, la expresión *DiGeorge's syndrome* o *DiGeorge's* quedaría en nuestra lengua como sigue:

> Las células fetales podrían llegar también a curar a los recién nacidos. Concretamente a los niños que padecen el **«síndrome DiGeorge», una enfermedad provocada por la falta de una región cerebral llamada timo que está encargada de la producción de células inmunes** (*El Mundo*, 6.10.94, Salud/3).

O, si por estar el epónimo en un proceso más avanzado de integración lingüística en la cultura de origen, se omite el genérico en el TO, no estaría de más añadirlo en la traducción. Hacer estos añadidos es lo convencional en los textos periodísticos, sobre todo cuando la expresión eponímica no está lo suficientemente divulgada en la LM. Pero se debe, más que a un convencionalismo traslatorio propio del español, a la esencia del texto informativo en sí —en un texto de investigación es fácil que no se explique por los presupuestos conocimientos de los lectores— o al comportamiento traslatorio universal, que tiende generalmente a explicitar lo que está implícito en el original. Ahora bien, hay otro factor que tiene mucho que ver con la explicación añadida y es la variable temática. Es decir, que si el texto, por ejemplo, es biográfico y aparece tangencialmente en él un epónimo no divulgado en nuestra cultura, éste no se explica, como se ve en la cita —representativa, por otra parte— que viene a continuación:

> El caduco irlandés [Bernard Shaw] —que aún no había sido atacado por la terrible **enfermedad de Tropetemeller**— había dado a luz, con notable éxito, por cierto, una pieza titulada «Guerra de sexos» (*Abc*, 31.3.95, 80).

Una vez más, y al igual que ocurriera con los epónimos procedentes de nombres de ficción, está claro que aparte de la opción señalada hasta ahora habría también otras equivalencias traslatorias válidas. Por ejemplo, la de sustituir la expresión eponímica original por otra más popular (eponímica o no) en la cultura meta (*Sod's law*: «ley de Murphy» o «ley de la tostada»); la de traducir un no epónimo por un epónimo; la de traducir el epónimo original únicamente por el sentido, como evidencia, aunque no sea traducido, el texto que viene a continuación, en el que larvadamente se podría leer en inglés *the Peter Principle*:

> De hecho, gran parte del destino trágico de estas criaturas [Carolina y Estefanía de Mónaco] se debe a **que fueron educadas como reinas cuando su**

> **techo de incompetencia era el de princesas** (Juan José Millás, «El destino cruel de los Grimaldi», *El País*, 15.9.96, Domingo/12).

Lo que está claro es que la prensa no está por la labor de traducir estas locuciones eponímicas («ley de Parkinson», «ley de Conway», etc.) única y exclusivamente por el sentido. Una vez más, y como ya dijimos en el apartado tercero, se adivina una tendencia a violar el viejo tabú de la traducción global de la expresión eponímica en favor de una traducción literal, con o sin explicación alguna que aclare lo connotado. Por ejemplo, *Jim Crow laws* se podría traducir a golpe de diccionario, y obviando por un momento lo políticamente correcto, por «leyes de discriminación contra el negro» —así la traduce el *Simon and Schuster's*—. Y, sin embargo, el corresponsal de turno produce este texto:

> El Supremo [de EEUU] declaró que las **leyes Jim Crow, aquellas ordenanzas estatales y municipales que discriminaban a los no blancos en los medios de transporte, restaurantes, hoteles o parques**, eran negativas, anticonstitucionales […] (*El País*, 15.6.90, 18).

En los nombres de enfermedades, los problemas traslatorios son, más que otra cosa, genéricos (sobre todo en su etapa final o en segundas referencias) y ortográficos: lo que al parecer impera es la vacilación genérica: unas veces serán masculinos por «síndrome» o «mal» («el Crohn») y otras femeninos por «enfermedad» («la Tay-Sachs»); y, por lo que a la ortografía respecta, cabe decir que abundan las erratas: se trata una vez más de las aventuras y desventuras que tienen que pasar estos epónimos hasta conseguir el *deneí* español.

Antes de acabar este apartado, conviene añadir algo ya señalado en el anterior, o sea, que lo habitual es que el epónimo propiamente dicho corra la misma suerte traductora que los nombres propios en general. Lo cual significa, en la mayoría de los casos, que se transfiere, pero hay veces que se transcribe («el —virus— Sendai») o se adapta («el —virus— Marburgo»), y, otras, que se *traduce*, como ocurre —debido a su transparencia— con epónimos procedentes de sobrenombres («dama de hierro», «octava maravilla del mundo») y con algunos procedentes de nombres de lugar o tiempo («milla dorada», «triángulo de oro», «noche de los cristales rotos», «noche de los cuchillos largos», etc.).

Hemos dejado de lado adjetivos y nombres abstractos procedentes de nombres propios de personas, sobre todo del ámbito político, tales como *thatcherist*, *majorism*, «denguismo», «felipismo», «aznarismo», etc., por considerar que, aunque presentan muchos problemas a la hora de

definirlos —para definir *thatcherism* se creó un premio al respecto, pero en la última edición del *Collins* todavía no figuraba—, no ofrecen ninguno desde el punto de vista de la traducción: el traductor los naturaliza sin más ni más («thatcherista», «majorismo»). Asimismo, tampoco incluiremos aquí, por no ofrecer ningún tipo de problema traslatorio, los epónimos creados por derivación («finlandización», «yaltización», «kimberlita»), ni por idénticas razones los nombres de autores consagrados que metonímicamente se emplean para referirse a alguna de sus obras («I bought a *Chandler* yesterday»). Aunque la prensa tiende a escribir estos últimos con minúscula inicial, como se ve en la siguiente traducción:

> […] Easton Ellis anuncia un cambio de registro [en su nueva novela]: «Oigo voces sobrenaturales; siempre he querido escribir un ***stephen king*** y los fantasmas y los espíritus se han cruzado en este momento de mi vida» (*El País*, 16.3.2000, 45).

Quisiéramos dejar también constancia aquí de otros epónimos de este tipo —ingleses y no ingleses—, que son legión y que podrían pasar de la enciclopedia al diccionario. No olvidemos que el vocabulario científico-técnico, categoría a la que pertenece la mayor parte de estas palabras, es el recurso por el que el diccionario recibe más voces nuevas —alrededor del 90% de las incorporaciones—: «doppler», «dum-dum» (bala que al dar en el blanco se expande más de lo normal), «fossbury» (salto de altura en el que el saltador cruza el listón de espaldas y metiendo la cabeza primero), «fresnel» (tipo de reflector de los que se usan en el cine), «gotha», «holter» (tensiómetro portátil de acción continua), «kalashnikov», «katiusha / katyusha» (lanzacohetes checo de gran alcance y precisión), «Kirlian», «macguffin» (recurso que sirve de estímulo o móvil al argumento de una obra), «margarita» (bebida hecha de tequila más zumo de limón), «Mata-Hari» (espía que obtiene información a base de caricias), «milla dorada», «moonie», «muralla china» (barrera para la información privilegiada), «noche de los cristales rotos», «papanicolau» (test para detectar tumores en la mujer), «principio de Peter», «Poulidor» (segundón), «quisling / Quisling» (traidor), «Rasputín» (eminencia gris), «Rockefeller» (hombre sumamente rico), «roger» (recibido y comprendido, en comunicaciones radiofónicas), «theremin» (instrumento musical muy utilizado en las películas de terror), «triángulo de las Bermudas», «triángulo de oro», y «yurchenko» (salto de gran dificultad en gimnasia rítmica). No hemos querido incluir nombres de enfermedades o síndromes: todos ellos se pueden encontrar en el *Masson* (1995).

La cosa es el nombre de la cosa

En este apartado analizaremos los epónimos procedentes de nombres de cosas. La mayoría proceden de nombres de marcas tomados en sentido genérico, pero también los hay en sentido figurado, como «sonrisa profidén», «bollicao» o «barbie». El hecho de tomar el nombre de una marca en sentido genérico no es nuevo, como tampoco lo es el de su incorporación al diccionario, que es la forma que tienen estos nombres de liberarse de las garras del propietario de la marca registrada. Mientras tanto, cuando convive el nombre de la marca con el nombre del producto, les pasa como a esos actores que son a la vez el personaje y ellos mismos: con una nariz aguileña de cartón piedra, Gérard Depardieu es a la vez Cyrano de Bergérac y él mismo. Palabras como «delco», «formica», «ping-pong», «rímel», «teflón», y «uralita» —su incorporación data de 1997— lograron su libertad y hoy día ya las recoge el *DRAE*.

Teniendo en cuenta que los nombres comerciales registrados son marcas distintivas para identificar un producto, no es de extrañar que se transfieran cuando no son monopolizadores de su referente, es decir, cuando se usan en sentido específico y forman parte además de la cultura de la LM. Si la marca del producto no es muy conocida en esta cultura, no estaría de más transferir el nombre de la marca y añadir también el genérico:

> Un **frigorífico Kelvinator**, un **televisor Nationa**l, un **ventilado**r [...] son toda la decoración del despacho de Zeineb el Naeb (*El País*, 4.4.95, 4).

La función distintiva del nombre de un producto no es fácil de conseguir. Las multinacionales, que no conocen fronteras, se cuidan muy mucho, al escoger el nombre del producto, de que éste sea sencillo y fácil de recordar y pronunciar. Bueno, se ha dicho que se gasta más tiempo en decidir el nombre de un nuevo producto que en cualquier otro aspecto de su desarrollo (cfr. CRYSTAL 1994: 115). El resultado es que, por el motivo que sea —a veces, porque el producto es único, como la *nocilla*—, aumenta su popularidad y el nombre se convierte en genérico o epónimo. O sea, que la cosa sigue siendo el nombre de la cosa, partamos de esa base neoplatónica[6], y que palabras típicamente enciclopédicas se

[6] PLATÓN ya afirmaba en uno de sus diálogos socráticos, el *Cratilo,* que el nombre es arquetipo de la cosa, lo que le permitió a BORGES engarzar rimas deduciendo que en las letras de la rosa está la rosa y todo el Nilo en la palabra *Nilo*.

convierten en un elemento más del vocabulario de uso común, demostrando, como ya adelantamos, que es uno de los recursos donde más se manifiesta el actual genio creador de la lengua. ¿Y qué hacer, entonces, traslatoriamente hablando? A juzgar por lo que la prensa viene haciendo, el traductor puede acudir a una de las siguientes opciones:

1 Transferirlo y dar además una explicación (*Scotch tape*: «*scotch* o cinta adhesiva transparente»; *Triplex*: «*triplex* o cristal de seguridad laminado»):

> Para sobrevivir a condiciones extremadamente duras y culminarlas con éxito hace falta algo más. Un buen equipo. Un buen equipo cuyas prendas incorporen **Gore-Tex. Un producto de alta tecnología que ha revolucionado el mercado. Un producto único en el mundo: impermeable, transpirable y corta-viento** (*El País Semanal*, 24.11.96, 91).

> Ese año se inauguró el de Monte Palomar, de 5 m de diámetro, en el que se utilizó el recién descubierto vidrio ***pyrex***, **que reduce en dos tercios la dilatación y la contracción** (*El País*, 13.12.99).

2 Sustituirlo por el nombre genérico: *Tampax*: «tampón»; *Hoover*: «aspiradora»; *Black and Decker*: «taladro».

3 Sustituirlo por otro epónimo derivado también de nombre de marca registrada, con o sin explicación alguna: *Scotch tape*: «celo» (de *Cellotape*, variante de la marca *Sellotape*); *Terylene*: «dacrón»; *Teleprompter*: «autocue»:

> Ah, una nimia cuestión formal [a propósito del mensaje navideño de don Juan Carlos]: ¿No sería preferible que al Rey le retirasen el texto del ***autocue*** y sencillamente leyera sus folios? (*El Mundo*, 29.12.92, 10).

4 Transferirlo, con o sin modificaciones ortográficas, sobre todo si el nombre del producto se conoce en la cultura *diana*:

> La raqueta de paella mediana, con un marco más o menos perfilado pero siempre de fibra noble, carbono y **kevlar**, se ha impuesto en el mercado desde hace algunos años (*La Vanguardia*, 26.9.92).

> En Milán hubo […] muchos jerseys de mohair y angora aptos para todas las «edades» del día, con el brillo del **lurex** para las noches; muchos «twin sets», parkas de seda y satén... (*Abc*, 12.8.95).

5 Hablando desde el plano de los hechos, es decir, de los textos traducidos, cabría también, una vez más, la posibilidad huidiza —en especial para la teoría de la traducción— de traducir un no epónimo por un epónimo: *mobile phone*: «motorola»; *camera*: «leica». Esta técnica vale tanto para los epónimos ya existentes en la LM (*leica*) como para la creación de otros nuevos en el caso de que ya se conozca el nombre de la cosa o marca registrada en la cultura terminal (*motorola*). El traductor forma parte de la lengua y tiene la posibilidad de hacer innovaciones y cambiar los acontecimientos lingüísticos. ¿Por qué, pues, no puede crear un neologismo en un momento dado? Ya no es aquel personaje de reparto de hace unas décadas, y por suerte los segundos planos pasaron a la historia. Y esto —nos referimos a la creación de neologismos— es aplicable también a las técnicas antes descritas, a excepción de la dos, y lo que hicieron además los periodistas españoles, a mediados de la década de los noventa, cuando despojaron a la marca Motorola de su calidad de etiqueta identificadora y le dieron vida lingüística independiente a la palabra.

Defensor numantino de la traducción o explicación de los epónimos —nosotros pensamos que la transferencia a secas también es traducción—, NEWMARK no está, que digamos, muy de acuerdo con la idea de que un traductor convierta un nombre de fábrica en epónimo. Sería hacer propaganda gratuita de esa marca, dice él (cfr. 1992: 269-270). Pero, ¡ironías del destino!, la transferencia de un epónimo derivado de un nombre de fábrica va en contra de cualquier propaganda gratuita del producto. Cuanto más popular es una marca registrada más amenazada se siente. Si un término se usa en sentido genérico y se puede aplicar a todos los productos, su dueño se arriesga a perderlo. Cuando hoy un cliente compra keroseno, linóleo o un termo ya no guarda en la retentiva que fueron marcas registradas, y cualquier otro nombre de fábrica barato de estos productos puede colmar sus necesidades. Conscientes de esto, las multinacionales, con el fin de evitar semejante pérdida, protegen con uñas y dientes sus marcas registradas contra posibles violaciones, sobre todo tipográficas. Es tanta la preocupación a este respecto, que la Asociación Estadounidense de Marcas Registradas aconseja a los propietarios de nombres de fábrica escribirlos con mayúscula y usarlos en sintagmas nominales como adjetivos determinantes del nombre genérico del producto (cfr. BARNHART *et al*. 1980: 476).

Pero para clarificar lo dicho, citaremos un ejemplo nacional. La palabra «maizena», una harina de maíz registrada como tal en 1890, entró por primera vez en el diccionario de la Real Academia Española en 1925.

Tras largos años de porfías con los propietarios legales de Maizena, la Docta Casa no incluye la palabra en las ediciones del *DRAE* de 1970 y 1984. Sigue el tira y afloja entre la Academia y la Empresa y, cual *guadiana*, vuelve a aparecer en la edición de 1992. Pero todavía hoy los dueños de Maizena intentan sacarla del diccionario, y así lo refleja la siguiente cita:

> Para nosotros [dice el asesor jurídico de CPC Internacional, empresa dueña del producto] la palabra Maizena es un activo, una propiedad, como si fuera un terreno o una fábrica. Si se convierte en un genérico, la competencia podría utilizarla en la publicidad de cualquier harina de maíz (cfr. Pablo ORZAZ 1997).

El problema es de difícil solución. La postura programáticamente prescriptiva de NEWMARK, de transferir y explicar el epónimo o simplemente traducirlo por el sentido, y la de las empresas propietarias de las marcas registradas (que viene a ser la misma, aunque impulsada por otros motivos radicalmente opuestos) parten del supuesto de que «querer es poder», de que traductores y autores forman parte de la lengua y pueden cambiar, si se lo proponen, el curso de los acontecimientos lingüísticos. Y en parte es cierto, porque argumentar en su contra, en tono de mofa e irónicamente, que en el *cuarentañismo*, por poner un ejemplo, nos impusieron sin mucho éxito que digamos llamar a la ensaladilla rusa, «ensaladilla nacional», a Caperucita roja, «Caperucita encarnada» y al coñac, «jeriñac», es una postura muy ingenua. Pero olvidan, al parecer, que la lengua se basa en la libertad y en la inconsciencia del pueblo cuando la usa, que no sabe de epónimos ni de nombres propios con función adjetival, y que los periodistas (y los traductores) son bastante reacios a cualquier tipo de admonición. Ahora bien, la lengua tampoco es tan inconsciente e involuntaria como piensa Agustín GARCÍA CALVO hablando del ultramoderno movimiento denominado *políticamente correcto*:

> La lengua está por debajo de todas las instituciones, políticas o culturales, y, a diferencia de ellas, no es asequible a conciencia ni voluntad de individuos o dirigentes […] (1990: 406).

Y la prueba está en que palabras inauditas en los años setenta y ochenta, porque al pueblo, por los motivos que fueran, le impusieron otras, se empiezan a oír ahora introducidas por autores o traductores *mediáticos* y conscientes. No todo el mundo dice *marketing*, *ciencia*

ficción y *coeficiente intelectual*: voces disidentes empiezan a decir «mercadotecnia», «ficción científica» y «cociente intelectual». Será que *in medio stat virtus*.

La lista de epónimos procedentes de nombres de cosas (casi todos ellos nombres de fábrica), que ya han sido liberados por la prensa de sus cadenas (las empresas), es larga. Ahora sólo falta que algunos de ellos sean liberados también por el pueblo y que un día el *DRAE* (con una etiqueta que rezase «marca registrada», «nombre comercial», o algo así) legitime su uso y los registre, como acaba de hacer con la palabra «uralita». A modo de muestra, he aquí algunos que, a modo de muestra, serían aptos para ese diccionario del siglo XXI: «Albal», «barbie», «bollicao», «chupachups»; «danone», «dodotis», «dolbi», «duralex», «dymo», «fender», «frisbee», «kevlar», «kleenex», «lego», «lurex», «Motown», «moviola», «nanas», «neopreno», «nextel», «nocilla», «post-it», «poxipol», «tipp-ex», «tetrabrik», «velero» y «zodiac».

Conclusiones

Por los textos periodísticos analizados, hemos podido comprobar que lo normal es que se transfiera el nombre propio eponimizado (con o sin explicación), a no ser que exista ya en la cultura meta una naturalización o *traducción* del mismo. Segundo, que en caso de duda entre trasladar lo connotado por el nombre propio o el nombre en sí, la prensa se inclina por lo segundo, incluso en los textos informativos. Lo cual no quiere decir que no existan otras opciones traslatorias, como ha quedado expuesto a lo largo y ancho de este artículo, opciones que pueden aportar a los traductores los recursos necesarios para resolver los problemas traslatorios de la eponimia, aun sabiendo, como sabemos, que cada texto es único. Y tercero, que, gracias a la tendencia actual a desacralizar la traducción del epónimo por lo connotado, en favor de la transferencia o literalidad —signos evidentes de la creatividad del traductor—, nuestra cultura se está enriqueciendo y, por supuesto, también nuestro *pib* lingüístico. Muestra de lo último es la nómina de epónimos que hemos incorporado en el artículo y que, en muchos casos, de haberse trasladado al español únicamente por el sentido, nuestra lengua hubiera experimentado un crecimiento cero en este apartado. Ahora sólo falta que los académicos se dignen pasarlos al diccionario.

Bibliografía

BARNHART, Clarence L. / Sol STEINMETZ / Robert K. BARNHART (1980) *The Second Barnhart Dictionary of New English,* Barnhart / Harper & Row, Bronxville, New York

BURMAN, Tom (1993) *The Dictionary of Misinformation,* Harper & Row, Nueva York / Cambridge / Filadelfia

CRYSTAL, David (1994) *Enciclopedia del lenguaje* (Leonor LEONETTI / Tomás DEL AMO trads.), Taurus, Madrid

GARCÍA CALVO, Agustín (1990) *Hablando de lo que habla*, Lucina, Zamora

HARO TECGLEN, Eduardo (1997) «Pobre Eduardo», 33 en *El País*, 15.2.1997

MIGUEL, Amando de (1997) «Propuesta para un diccionario», 3 en *Abc*, 29.1.1997

NEWMARK, Peter (1988) *Approaches to Translation,* Prentice Hall, Londres / Nueva York / Toronto

NEWMARK, Peter (1992) *Manual de traducción* (Versión de Virgilio MOYA), Cátedra, Madrid