La recepción del humor audiovisual traducido: estudio comparativo de fragmentos de las versiones doblada y subtitulada al español de la película *Duck Soup*, de los Hermanos Marx

Tesis doctoral dirigida por:
Dr. Luis Quereda Rodríguez-Navarro
Autor: Adrián Fuentes Luque

Universidad de Granada
Departamento de Filología Inglesa
Granada, diciembre de 2000

"During WW2, the British government dispatches a team of translators to translate the joke into German so that it can be used as a weapon against the enemy. The translators are assigned only one word each because when one of them accidentally sees as few as two of the words of the joke they have to be hospitalized for several weeks. Now, once the joke is completely translated into German, it is given out to several British privates who don't understand German *to read on the battlefield:*

All through the winter of 43 we had translators working in joke-proof conditions to try and produce a German version of the joke. They worked on one word each for greater safety. One of them saw two words of the joke and spent several weeks in a hospital. Apart from that, things went pretty quickly, and we soon had the joke in a form which our troops couldn't understand but which Germans could".

"The killer joke", de Monty Python,
en el programa de televisión *Monty Python's Flying Circus*.
(Durante la Segunda Guerra Mundial, un británico crea un chiste tan gracioso que cuando lo escribe y lo lee, él mismo muere inmediatamente de risa. El gobierno británico decide emplearlo como arma letal contra los alemanes).

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido, como la mayoría de los trabajos de investigación, una labor dura, solitaria y exigente. Es de justicia reconocer el ánimo, la confianza y el entusiasmo de quienes han apoyado este proyecto, desde su más incipiente perfil hasta su finalización, creyendo en él a veces más que el propio autor. En estas páginas queda el fruto de su presencia, en la cercanía o en la distancia, y a ellos quiero y debo agradecer.

A mis Amigos (merecen la mayúscula) Ana, Cathy, Chato, Chris, Inma, Isa, Javi y Chucu, Leanne, Mar, Sarah y Stewart, por el sincero y constante respaldo, por su preciada existencia.

A Grimalkin, por su confianza y su apoyo logístico y humano.

A Jorge, por la sabiduría de sus lecturas y comentarios, que han ayudado a dar forma a esta obra, y por su ayuda en la búsqueda bibliográfica.

A Eva, por haber inspirado este trabajo, por todo lo dado, en su presencia y en su ausencia.

A Siru, por su tiempo, por su sincera amistad, atención y sabia guía, por su inspiración, por muchos años.

A mi familia, por creer en mi siempre y por su amor posible.

A Esther, por ser quien es, por todo, siempre.

Quisiera agradecer el valioso asesoramiento de Andrés Jiménez, del Centro de Cálculo de Puerto Real, por suavizar mis pesadillas estadísticas.

Debo agradecer finalmente la labor de mi director de tesis, Luis Quereda, por sus exhaustivas revisiones.

ÍNDICE

Agradecimientos.....i
Lista de abreviaturas empleadas.....xi
Lista de tablas.....xiii
Lista de apéndices.....xvii

1. Introducción.....1

Capítulo 2: El humor: definición, naturaleza, clasificación

a. Definición.....9
b. Naturaleza y clases de humor.....11
c. Tipos de humor.....18

Capítulo 3: La traducción del humor y las referencias culturales

a. El estudio del humor.....29
b. Humor y traducción.....29
c. Clasificación del humor para su traducción (general y audiovisual).....32
d. Posibilidad / imposibilidad de la traducción en general.....35
e. Posibilidad / imposibilidad de la traducción del humor.....36
f. Componentes de la traducción del humor en general.....40
g. Limitaciones en la traducción del humor audiovisual.....43
    i. Imagen.....45
    ii. Ruido.....50
    iii. Diacronía.....52
    iv. Los títulos de las producciones audiovisuales.....55
    v. Lenguaje tabú.....56
h. Referentes culturales contextuales y TAV.....57
i. La unidad de traducción en el humor.....61
j. Estrategias y procesos de traducción del humor.....63
k. Doblaje, subtitulación y humor.....72
l. La reducción y su tipología.....74
m. El humor de los Hermanos Marx.....77
n. Una conclusión / hipótesis sobre la traducción de (algunos tipos de) humor.....80

Capítulo 4: Clasificación de los géneros audiovisuales

a. Géneros informativos.....84
b. Géneros publicitarios.....86
c. Géneros dramáticos.....87
d. Géneros de entretenimiento.....89

Capítulo 5: Aspectos profesionales y técnicos de la traducción audiovisual, con especial referencia al caso de España

a. La traducción audiovisual en España hoy.....96
b. El papel de los centros académicos de Traducción e Interpretación....100
c. Ubicación de la TAV en España.....101
d. Condiciones laborales de los traductores audiovisuales en España.....101
e. La debatida figura del ajustador.....102
f. La figura del supervisor lingüístico.....104
g. Posibilidades técnicas y mercado.....105
h. El modelo de traductor audiovisual.....107

Capítulo 6: Los estudios sobre recepción: estado de la cuestión

a. Análisis y medición de la recepción.....109
b. Estudios del medio audiovisual.....109
c. Estudios psicológicos sobre la percepción del humor.....110
d. Estudios experimentales en traducción.....111
e. Estudios sobre la recepción de las referencias culturales y la traducción.....112
f. Estudios sobre la recepción de los juegos de palabras estructurados sobre referencias culturales y la traducción.....114
g. Estudios específicos sobre la recepción del humor y las referencias culturales traducidas.....115

Capítulo 7: Descripción y presentación del corpus: situación y justificación

a. Los Hermanos Marx.....116
b. Las películas de los Hermanos Marx.....121
c. *Sopa de ganso* (*Duck Soup*, 1933).....132
d. Sylvania está en España.....138
e. Justificación del corpus.....139

Capítulo 8: Análisis del corpus y comprobación de hipótesis

a. Establecimiento de las hipótesis.....143

b. Análisis detallado del corpus.....144

i. Elementos de humor verbal y de contenido o referencia cultural

1. Juegos de palabras.....145

2. Elementos de juegos de ideas o referencias de contenido cultural.....164

ii. Elementos de contenido o referencia cultural polisemióticos.....174

c. Metodología del estudio empírico: diseño y elaboración

i. Participantes.....179

ii. Visionado del fragmento objeto de estudio.....181

iii. Diseño y elaboración de los cuestionarios. Rasgos comunes, rasgos particulares: descripción de las preguntas.....182

d. Análisis de los resultados (análisis de las reacciones de recepción en el visionado y las preguntas cerradas de los cuestionarios).....195

i. Conceptos teóricos sobre inferencia mediante test de hipótesis.....197

1. La prueba Chi-cuadrado.....198

2. Análisis de correspondencias.....201

ii. Variables analizadas.....201

iii. Análisis de la apreciación general de los Hermanos Marx.....210

iv. Aplicación del test Chi-cuadrado y del análisis de correspondencias

A) Fase de visionado del fragmento:.....215

1. Relación entre el grupo y los elementos de humor verbal (H_n).....215

1.1 Conclusiones parciales.....228

2. Relación entre el grupo y los juegos de ideas / elementos de referencia cultural (C_n).....229

2.1. Conclusiones parciales.....243

B) Fase del cuestionario.....245

3. Relación entre el grupo y las preguntas cerradas (P_n)
(análisis y conclusiones parciales).....245
e. Análisis de las respuestas abiertas de los cuestionarios.....275

9. Conclusiones.....288

Apéndices.....297

Bibliografía.....369

LISTA DE ABREVIATURAS EMPLEADAS

C_n:	Elementos de contenido o referencia cultural.
CO:	Cultura origen.
CT:	Cultura término.
DVB:	Digital Video Broadcasting. Transmisión y difusión de compresión digital de señales de vídeo.
DVD:	Digital Video Disk. Videodisco digital.
Grupo “o”:	Grupo de la versión original del fragmento.
Grupo “d”:	Grupo de la versión doblada al español del fragmento.
Grupo “s”:	Grupo de la versión subtitulada al español del fragmento.
HDTV:	High Definition Television. Televisión de alta definición.
H_n:	Elementos de humor verbal.
L/CO:	Lengua / cultura origen.
L/CT:	Lengua / cultura término.
LO:	Lengua origen.
LT:	Lengua término.
MPEG:	(Motion Picture Expert Group). Sistema de compresión y difusión digital de las señales para televisión. La primera versión de este sistema, el MPEG-1, se utiliza para ciertos soportes como el CD-Video, para una calidad media, mientras que el MPEG-2 se usa para la transmisión y difusión de señales de televisión de alta definición, y es la norma europea de difusión DVB (Digital Video Broadcasting).
TAV:	Traducción audiovisual.
T/CO:	Texto / cultura origen.
T/CT:	Texto / cultura término.
TO:	Texto origen.
TT:	Texto término.

LISTA DE TABLAS

Tabla nº 1: Tabla de géneros audiovisuales informativos.....85
Tabla nº 2: Tabla de géneros audiovisuales publicitarios.....87
Tabla nº 3: Tabla de géneros audiovisuales dramáticos.....89
Tabla nº 4: Tabla de géneros audiovisuales de entretenimiento.....93
Tabla nº 5: Tabla ejemplo prueba Chi-cuadrado.....199
Tabla nº 6: Tabla de variables, códigos y parámetros (análisis de reacciones y preguntas cerradas).....204
Tabla nº 7: Tabla descriptiva de frecuencias absolutas entre los parámetros grupo, gusto, sexo.....210
Tabla nº 8: Tabla descriptiva de frecuencias entre los parámetros grupo, gusto, edad.....211
Tabla nº 9: Tabla descriptiva de relación entre los parámetros grupo, gusto, nivel de estudios.....212
Tabla nº 10: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_1.....215
Tabla nº 11: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_2.....217
Tabla nº 12: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_3.....218
Tabla nº 13: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_4.....219
Tabla nº 14: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_5.....221
Tabla nº 15: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_6.....222
Tabla nº 16: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_7.....224
Tabla nº 17: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_8.....225
Tabla nº 18: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – elemento de humor verbal H_9.....226
Tabla nº 19: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_1.....229
Tabla nº 20: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia; relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_2.....230

Tabla nº 21: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_3.....232
Tabla nº 22: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_4.....233
Tabla nº 23: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_5.....235
Tabla nº 24: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_6.....237
Tabla nº 25: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_7.....238
Tabla nº 26: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_9.....240
Tabla nº 27: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – juego de ideas / elemento de referencia cultural C_{10}.....242
Tabla nº 28: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P17-1.....245
Tabla nº 29: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P17-2.....246
Tabla nº 30: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P /20.....248
Tabla nº 31: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P21/22.....250
Tabla nº 32: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P22/23.....251
Tabla nº 33: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P23/24.....252
Tabla nº 34: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P24/25.....254
Tabla nº 35: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P25/26.....255
Tabla nº 36: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P26/27.....256
Tabla nº 37: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P27/28.....257
Tabla nº 38: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P28/29.....259
Tabla nº 39: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;

relación grupo – pregunta cerrada P29/30.....260
Tabla nº 40: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P30/31.....261
Tabla nº 41: Tablas de frecuencias observadas; relación grupo – pregunta cerrada
P31/ 264
Tabla nº 42: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P /32.....265
Tabla nº 43: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P32/33.....266
Tabla nº 44: Tablas de frecuencias observadas; relación grupo – pregunta cerrada
P / /34.....267
Tabla nº 45: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P33/34/35.....268
Tabla nº 46: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P34/35/36.....270
Tabla nº 47: Tablas de frecuencias observadas; relación grupo – pregunta cerrada
P /39/40.....271
Tabla nº 48: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P40/42/43.....272
Tabla nº 49: Tablas de frecuencias observadas y valores propios e inercia;
relación grupo – pregunta cerrada P41/43/44.....273

LISTA DE APÉNDICES

- Transcripciones de los guiones correspondientes a los fragmentos completos de las versiones original, doblada al español peninsular y subtitulada al español peninsular de la película objeto de estudio (*Sopa de ganso, Duck Soup*, 1933).
- CD con los fragmentos objeto de estudio (versiones doblada al español y original en inglés con subtítulos en español) digitalizados en formato de vídeo mpg.
- Copias de los diversos cuestionarios utilizados para nuestro estudio (grupo de la versión original, grupo de la versión doblada, y grupo de la subtitulada, más ejemplares de los cuestionarios piloto).
- Copias de los informes de la Junta de Censura española sobre la película y copia del artículo de prensa en el que se analiza la localización del país imaginario Sylvania en la localidad granadina de Loja.

1.- Introducción

La traducción es siempre objeto de críticas, buenas y malas, fundamentadas o no. La traducción del humor lo es más, y si este aparece vehiculizado sobre un medio audiovisual, ya se trate de cine o televisión, la cosa puede adquirir (y de hecho tristemente con excesiva frecuencia así sucede) tintes de tragedia. En nuestro país existe la fea costumbre de no reconocer el trabajo de los profesionales de la traducción en los títulos de crédito de las producciones audiovisuales, algo que sí se hace y está estipulado por ley en otros países como Italia, Bélgica o Finlandia. Es cierto que en ocasiones (sobre todo cuando se trata, insistimos, de la traducción de una película humorística o cómica) más valdría no saber quién se atrevió a perpetrar la traducción de dicha producción. Sin embargo, esos casos son los menos, afortunadamente. En España, en general y a pesar de tener casi todos los elementos en contra, se hace una aceptable traducción audiovisual, incluso buena.

No pretendemos ser dogmáticos ni prescriptivos a ultranza respecto a qué versión está "mejor" o "peor" traducida, si bien por otra parte consideramos que el actual panorama de la traducción audiovisual europeo, y español en particular, necesita urgentemente una homogeneización de criterios.

En todo caso, no podemos más que analizar el material de que disponemos y formular nuestras conclusiones, en el convencimiento y la esperanza de que nuestro estudio contribuya a un mejor conocimiento y al avance de la traducción audiovisual en nuestro país.

Este trabajo puede parecer, según las opiniones, ambicioso, escaso, limitado, original, gracioso. Conscientes de nuestras taras y limitaciones, muchas de ellas derivadas de la abrumadora y dura falta de información y recursos, nuestra

intención es, ni más pero tampoco menos, aportar un estudio multidisciplinar al fabuloso (en toda la extensión del vocablo) mundo de la traducción audiovisual, de un modo original y ameno, pero sobre todo útil.

Esperamos, pues, contribuir con este trabajo a una mejora en este campo, tanto a nivel profesional como académico, donde se hace imprescindible una especialización casi inexistente hasta el momento, que redunde en un florecimiento, no ya de humoristas, sino de profesionales competentes de la traducción audiovisual y, por ende, de la del humor.

La traducción audiovisual ha sido muy poco estudiada hasta hace relativamente muy poco tiempo, sobre todo en España. Otro tanto puede decirse de la traducción del humor, que tradicionalmente se ha comparado, por sus características estéticas y formales, a otros tipos de traducción como la de la poesía, considerados a menudo (equivocadamente) intraducibles. En cualquier caso, los estudios en este sentido han sido tanto de carácter descriptivo como prescriptivo, centrándose en el análisis de las distintas estrategias que el traductor ha llevado a cabo en el proceso de traducción del texto humorístico o audiovisual, o en cómo debería hacerse dicho proceso.

Con el presente trabajo pretendemos realizar una aportación desde diversos puntos de vista, que consideramos útiles y originales. En primer lugar, aunamos los dos campos señalados anteriormente, el de la traducción audiovisual y el de la traducción del humor. Son diversos los estudios que se han realizado sobre cada uno de estos campos, pero muy pocos los que se centran en el estudio de la traducción de los textos humorísticos audiovisuales.

En segundo lugar, debemos resaltar la naturaleza y las características del corpus objeto de nuestro estudio (fragmentos de la película *Duck Soup* (1933), de los Hermanos Marx), que lo hacen particularmente interesante para este estudio, además de ser la primera vez que se estudia en nuestro país, al menos desde el punto de vista de la traducción.

Queremos enfatizar, además, y sobre todo, lo novedoso de nuestra aportación al mundo de la traducción, al realizar un estudio empírico de medición de la recepción de la traducción en el receptor / usuario (espectador). Cabe señalar, en este sentido, que existen una gran cantidad de estudios teóricos y prácticos sobre los distintos

campos de la traducción. Sin embargo, los estudios realizados sobre la recepción de la traducción en general son muy pocos, y menos los trabajos realizados desde un punto de vista experimental sobre un campo especializado de la traducción, como es el nuestro. Aunque muchas teorías y estudios hablan del lector como pieza clave, muy pocos se centran en la recepción, y no existen muchos estudios empíricos sobre la recepción de textos traducidos. Los pocos que existen se basan en estudios de examinadores, investigadores, o bien en la intertextualidad, es decir, en un criterio de "equivalencia" con el texto de origen. Existen diversos estudios psicológicos sobre la recepción del humor en general, pero queremos subrayar que no conocemos de la existencia de ningún estudio sobre la recepción del humor audiovisual traducido. Esperamos poder contribuir con nuestro trabajo a una faceta de los estudios sobre la traducción que está muy poco desarrollada.

Hemos dividido nuestro trabajo en varios capítulos, a modo de bloques temáticos estructurados en capítulos, cada uno de los cuales se centra en los siguientes aspectos. La distribución queda como sigue, comenzando por el capítulo 2:

Capítulo 2. Clasificación de los tipos de humor. Analizamos el concepto de humor, su definición, naturaleza y clases de humor (verbal, gestual, absurdo, surrealista, de incongruencia, humor negro), y la importancia de la referencia cultural como fuente de humor. Tras un estudio y una revisión pormenorizada de las distintas corrientes y taxonomías que se han efectuado desde diferentes perspectivas, llevamos a cabo un análisis y una descripción de las principales clasificaciones de los tipos de humor (Nash, 1985; Chiaro, 1992; Ross, 1998; Freud, 1988; Bergson, 1962). Por otra parte, se muestran algunos de los recursos retóricos y lingüísticos utilizados en la formulación del humor, verbal principalmente.

Capítulo 3. Traducción del humor y las referencias culturales. En este capítulo vemos el tratamiento que del estudio de la traducción del humor han realizado algunos autores, y revisamos algunas de las propuestas más representativas acerca de cómo afrontar la traducción de un episodio o un texto de carácter humorístico, los problemas que entraña, las posibles estrategias para la resolución (con éxito) de dichos episodios, etc. Exponemos una clasificación del humor para su traducción, donde comentamos los modelos de Hickey (1996) y Zabalbeascoa (1993). Analizamos, además, los factores que intervienen en la traducción del humor audiovisual, y que pueden influir de forma decisiva en la forma de resolver la traducción del humor enmarcado en un contexto de modalidad audiovisual (doblaje

y subtitulación, en este caso). Se analizan, en primer lugar, los tipos de textos humorísticos, para luego pasar a tratar la cuestión de la posibilidad o imposibilidad de la traducción en general y del humor en particular, reflejando diversas posturas al respecto, y los posibles límites. Seguidamente se enumeran algunos de los componentes más importantes del humor (fundamentalmente el lingüístico y el cultural), algunos presupuestos cognitivos específicos de situaciones de traducción del humor actual. Posteriormente mostramos un análisis en profundidad sobre las implicaciones del contexto, la cultura y el soporte textual en la traducción del humor, y más concretamente el humor subordinado al medio audiovisual, ilustrado con algunos ejemplos, así como un comentario acerca de los factores que influyen en el proceso de traducción (ruido cultural, marcación espacio-temporal y diacronía, *permeabilidad estereotípica* [término que acuñamos y cuya extensión comentamos], lenguaje tabú, etc.). Citamos algunas taxonomías de las referencias culturales para la traducción audiovisual. A continuación delimitamos la unidad de traducción en el humor, para dedicar después un apartado extenso a analizar y comentar algunas de las estrategias y procesos de la traducción del humor (Delabastita, 1993; Hickey, 1996) y algunas de las prioridades y cuestiones problemáticas que supone la transferencia del humor. Finalmente nos adentramos en la combinación de humor y traducción audiovisual, exponiendo las posibilidades y limitaciones que entrañan las dos modalidades de traducción audiovisual principales (doblaje y subtitulación) y que son objeto de nuestro estudio, profundizando en la reducción y su tipología e ilustrándolo con ejemplos comentados de nuestro corpus, y justificando las características únicas del mismo. Introducimos el concepto de *humor sostenido*, y terminamos el capítulo con un ejemplo sobre el humor de los Hermanos Marx y su relación con la traducción.

Capítulo 4. Clasificación de los géneros audiovisuales. En este capítulo abordamos el concepto de género audiovisual, su definición, el análisis de diversas taxonomías (Romaguera, 1991; Dirks, 1999; etc.) que obedecen a criterios de clasificación distintos, como la temática de la producción audiovisual, por ejemplo, y a partir de las cuales escogemos, por su aproximación al campo de nuestro trabajo, la de Agost (1996), que cubre, de un modo aceptable, la variedad de producciones audiovisuales, no sólo en España, sino en cualquier país, ya sea en pantalla grande o pequeña. A continuación enumeramos y analizamos de un modo crítico los distintos géneros (informativos, publicitarios, dramáticos y de entretenimiento) y subgéneros expuestos en dicha clasificación. Después pasamos a analizar y aplicar los diversos tipos de comedia audiovisual existentes, contextualizándolos con ejemplos.

Capítulo 5. Aspectos profesionales y técnicos de la traducción audiovisual. En este capítulo no pretendemos abordar la definición y clasificación de los distintos modos de traducción audiovisual que se utilizan tanto para el medio cinematográfico como para el televisivo, entendiendo como los dos más extendidos, y objeto del presente estudio, el doblaje y la subtitulación. A nuestro entender, estos aspectos ya han sido tratados exhaustivamente por expertos en la materia, como Roberto Mayoral (1993, 1995), Federico Chaume (1997) o Jorge Díaz (1997). Nuestra intención es más bien analizar algunos de los elementos que integran estos modos de traducción audiovisual y que no han sido apenas investigados hasta el momento, deteniéndonos en los distintos aspectos profesionales y técnicos que influyen directamente tanto en el proceso de la traducción audiovisual como en el producto final resultante, así como algunas propuestas de posible mejora. Se completa el capítulo con una visión general de la traducción audiovisual en España, apuntando sus implicaciones en el conjunto de los distintos agentes que intervienen en el proceso: estudios de doblaje y subtitulación, productoras audiovisuales (cine y TV), canales de TV (terrestre, por satélite, por cable, digital terrestre) nacionales y autonómicos, aspectos legislativos, profesionales y técnicos.

Capítulo 6. Los estudios sobre recepción: estado de la cuestión. En este capítulo repasamos en primer lugar los estudios del medio audiovisual, para pasar a los estudios psicológicos sobre la percepción del humor. A continuación realizamos una revisión de los principales estudios experimentales llevados a cabo en Traducción, los que analizan la recepción de las referencias culturales y su relación con la traducción, profundizando en las investigaciones sobre la recepción de juegos de palabras estructurados sobre referencias culturales y su traducción, para terminar concretando en el objeto de nuestro trabajo, esto es, el estudio específico de la recepción del humor y las referencias culturales traducidas en un contexto audiovisual.

Capítulo 7. Descripción y presentación del corpus: situación y justificación del corpus. En primer lugar situamos biográfica y filmográficamente a los Hermanos Marx. A continuación realizamos una presentación comentada del corpus objeto de nuestro estudio, la película *Sopa de ganso* (*Duck Soup*, 1933), de los Hermanos Marx. En ella situamos dicho corpus desde un punto de vista histórico, político, cinematográfico y humorístico, contextualizándolo en el conjunto de su producción y analizando la etimología de algunos de sus componentes, como los nombres de los

personajes y de los actores. Exponemos una justificación de la elección del corpus, así como de la adecuación a los objetivos. Se comenta, por otra parte, la vigencia histórico-sociológico-política del corpus de nuestro trabajo, por cuanto la versión doblada se llevó a cabo en un momento histórico y político con unas características y un contexto completamente diferentes a los de la versión subtitulada (la primera en torno a los años 50 y la segunda en los años noventa).

Capítulo 8. Análisis del corpus y comprobación de hipótesis. Distinguimos los distintos juegos de palabras (elementos de humor verbal), los juegos de ideas o elementos de contenido o referencia cultural, y los elementos polisemióticos que conforman el fragmento objeto de estudio y experimentación, analizando el proceso de traducción que se ha realizado en cada versión (versión original, doblada y subtitulada), incluyendo un análisis detallado de dichos elementos. A continuación nos centramos en la experimentación empírica de una serie de hipótesis que formulamos sobre la traducción del humor. Para ello, analizamos las reacciones observadas y los resultados obtenidos en los cuestionarios. El planteamiento de dicha fase es el siguiente:

a) *Objetivos*: Establecer, mediante experimentación empírica de la recepción, las reacciones que suscita el humor audiovisual de un fragmento de la película de los Hermanos Marx *Sopa de ganso*, escogido por su carga humorística y su contenido cultural.

b) *Hipótesis*: Establecer, mediante dicha experimentación empírica, la extensión y la validez, entre otros, de los siguientes supuestos, referidos a la recepción del humor y los referentes de contenido cultural audiovisuales:
   - El conjunto de los espectadores españoles reciben y aprecian mejor el doblaje que la subtitulación, independientemente de la calidad del producto resultante.
   - Ante un mismo corpus en distintas versiones, se puede producir idéntico efecto humorístico, aunque en razón de distintos motivos.
   - Las alusiones y las referencias culturales son tratadas mediante diferentes estrategias de traducción y producen un tipo de apreciación distinta según el modo de traducción y el tipo de contexto cultural.
   - La traducción literal de ciertos ejemplos de juegos de palabras o de ideas (alusiones) deriva en dificultades de comprensión (esto es, en obstáculos culturales o de humor en los receptores (espectadores) del TT.

c) *Metodología*: El establecimiento de las reacciones y la comprobación de las hipótesis se realiza a través del visionado individual del pasaje escogido, por parte de los componentes de tres grupos heterogéneos de sujetos (integrados por 10 individuos) de diferente estrato social, edad y procedencia geográfica nacional e internacional, según el caso de que se trate, a fin de obtener unos resultados que permitan un grado de representatividad objetiva aceptable. El primer grupo está conformado por hablantes de habla inglesa de distinta nacionalidad y procedencia geográfica (británicos, estadounidenses, canadienses, australianos, irlandeses), que visiona el fragmento escogido en su versión original exclusivamente. El segundo y el tercer grupo están integrados por nativos de habla española de diversa procedencia geográfica, edad, y condición social e intelectual. Los individuos de un grupo visionan la versión doblada y los del otro, la versión subtitulada del mismo pasaje escogido. Durante el visionado, se realizan anotaciones sobre las reacciones de los individuos, a los que previamente se les ha notificado únicamente, y a efectos de no estimular reacciones prematuras ni estados de activación que puedan falsear los resultados, que van a ver unas escenas de una película, especificando en todo caso que no se trata de nada desagradable ni hiriente para la sensibilidad. Tras el visionado, los sujetos responden a un cuestionario sobre el pasaje que han visto y finalmente se les efectúa una pequeña entrevista acerca del tipo de humor que les gusta, de producciones audiovisuales, qué modo de traducción audiovisual prefieren, etc.

Debemos señalar, en cualquier caso, que los resultados a que se llegue mediante este estudio no son necesariamente extrapolables, puesto que para ello sería necesario un corpus enorme o un análisis aleatorio estricto, y no bastaría con un pasaje ni una obra.

Capítulo 9. Conclusiones.

La tesis termina con los apéndices y la relación bibliográfica.

2.- El humor: definición, naturaleza, clasificación

a) Definición

Como alguien dijo, "el humor es algo muy serio". Nosotros iríamos un poco más lejos en esa afirmación, y a riesgo de desvestir un tanto de atractivo a nuestro trabajo, podríamos decir que el estudio y el análisis (serio) del humor pueden tener poco de gracioso.

Podemos decir que el humor es la respuesta (divertida) a un estímulo auditivo o visual. El humor, no obstante, se concretiza de forma distinta en una cultura u otra. La capacidad de encontrar algo risible o cómico es universal, independientemente de la edad, sexo, condición social o económica, cultura o periodo histórico. Los humanos no somos sólo *homo sapiens*, capaces de razonar, utilizar el lenguaje, establecer sistemas de valores y principios filosóficos y morales, relaciones sociales, sino que también somos *homo ludens* u *homo humoris*, con una capacidad de percepción y desarrollo de lo humorístico.

Si consultamos el vocablo "humor" en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española encontraremos las siguientes acepciones:

Del lat. *humor, -oris*.
1. m. Cualquiera de los líquidos del cuerpo del animal.
2. fig. Genio, índole, condición, especialmente cuando se manifiesta exteriormente.
3. fig. Jovialidad, agudeza. Hombre de HUMOR.
4. fig. Disposición en que uno se halla para hacer una cosa. Sin calificativo, se dice de la buena disposición.
5. humorismo, manera graciosa o irónica de enjuiciar las cosas.
6. Psicol. Estado afectivo que se mantiene por algún tiempo.

ácueo o acuoso.
1. Anat. Líquido que en el globo del ojo de los vertebrados y cefalópodos se halla delante del cristalino.

negro.

1. Humorismo que se ejerce a propósito de cosas que suscitarían, contempladas desde otra perspectiva, piedad, terror, lástima o emociones parecidas.

pecante.

1. El que se suponía que predominaba en cada enfermedad.

vítreo.

1. Anat. Masa de aspecto gelatinoso que en el globo del ojo de los vertebrados y cefalópodos se encuentra detrás del cristalino.

buen humor.

1. Propensión más o menos duradera a mostrarse alegre y complaciente.

mal humor.

1. Aversión habitual o pasajera a todo acto de alegría, y aun de urbanidad y atención.

de mil, o de todos, los diablos.

1. expr. fig. mal humor muy acentuado.

de perros.

1. expr. fig. humor de mil diablos.

desgastar los humores.

1. fr. Atenuarlos, adelgazarlos.

llevarle a uno el humor.

1. fr. seguirle el humor.

rebalsarse los humores.

1. fr. Recogerse o detenerse en una parte del cuerpo.

remover humores.

1. fr. fig. Inquietar los ánimos; perturbar la paz.

remover los humores.

1. fr. Alterarlos.

2. fig. remover humores.

seguirle a uno el humor.

1. fr. Aparentar conformidad con sus ideas o inclinaciones, para divertirse con él o para no exasperarle.

Como vemos, la acepción más popular no corresponde al orden de definición, que parece centrarse en lo relacionado con los líquidos corporales. Además, la acepción de humor nos remite a otra cualidad más genérica, la del "humorismo":

1. Sustantivo masculino. Manera de enjuiciar, afrontar y comentar las situaciones con cierto distanciamiento ingenioso, burlón y, aunque sea en apariencia, ligero. Linda a veces con la comicidad, la mordacidad y la ironía, sin que se confunda con

ellas; y puede manifestarse en la conversación, en la literatura y en todas las formas de comunicación y de expresión.

Algunos autores distinguen entre lo cómico, lo lúdico, el ingenio o la risa. En este trabajo utilizamos la palabra "humor" en sentido genérico, englobando a todas estas denominaciones. Podemos encontrar, además, contextualizaciones del humor atendiendo a criterios cronológicos en las distintas etapas de evolución del individuo (infancia, adolescencia, madurez, etc.). También en términos genéricos, y para evitar confusiones, nos referiremos al humor entendido como tal en la edad adulta.

b) Naturaleza y clases de humor

Como hemos señalado, la cualidad del humor es universal, aunque se manifieste de formas diferentes, y es una cualidad innata y exclusiva del ser humano. Henri Bergson (1962 : 12) afirma que fuera de lo que es propiamente *humano*, no hay nada cómico. Bergson define al hombre como "animal que ríe y hace reír, porque si algún otro animal o cualquier cosa inanimada produce la risa es por su semejanza con el hombre". Destaca Bergson la insensibilidad como una de las principales cualidades de lo cómico. Es cierto que la risa o la sonrisa surgen cuando se elimina, consciente o inconscientemente, la emoción de la situación. Buena parte del humor negro y cruel, del humor del absurdo, del humor de payasada, se puede tornar humorístico y risible al "desemocionar" la situación. En palabras de este autor, "Lo cómico, para producir todo su efecto, exige como una anestesia momentánea del corazón, se dirige a la inteligencia pura". Pero Bergson apunta la funcionalidad de lo cómico, y sugiere que "la risa debe tener una significación social". Para él, como parece ser el consenso entre diversos autores, el humor, lo cómico, surge de la ruptura de lo establecido, de lo ortodoxo, lo socialmente aceptado. En concreto, Bergson habla de dos desencadenantes de lo humorístico: un mecanismo incrustado en la naturaleza y una reglamentación automática de la sociedad. Para él, al modo de los filósofos griegos, la naturaleza está estructurada mecánicamente, y la rigidez de la sociedad, en pugna con la flexibilidad interna de la vida, son los detonantes de lo humorístico o cómico.

Para Walter Nash, uno de los elementos que conforman el humor verbal es la lógica de la premisa, su capacidad de responder de un modo lógico y plausible a un esquema preconcebido (en ocasiones una pregunta tipo encerrona a la que sólo cabe, en principio, una respuesta del tipo sí / no), el límite de torsión y manipulación a que se presta esa lógica. En este sentido podemos citar a J. L. Austin (1976; en Nash,

1985 : 113), para quien las palabras no sólo *significan* algo como signos referidos a objetos, conceptos, etc. sino que también *hacen* algo. Por tanto, el efecto humorístico surgirá si se consiguen romper las expectativas (lógicas) de una situación determinada, con una intencionalidad expresa (lo que denominamos, en un símil jurídico, *animus jocandi*) o no.

Esto nos trae rápidamente a la mente las máximas conversacionales de Grice (1975). La ruptura, consciente o no, de tales máximas, conduce a un efecto humorístico.

Nash distingue tres puntos de referencia en un acto de humor, que corresponden al origen, al diseño o la forma en que se presenta, y al desencadenante o punto sobre el que pivota el chiste o acto humorístico:

> *a) A 'genus', or derivation, in culture, institutions, attitudes, beliefs, typical practices, characteristic artefacts, etc.*
> *b) A characteristic design, presentation, or verbal packaging, by virtue of which the humorous intention is indicated and recognized.*
> *c) A locus* [lo que se conoce comúnmente como "*punchline*"] *in language, some word or phrase that is indispensable to the joke; the point at which humour is held and discharged.*
>
> (ibid.: 9)

En cualquier caso, la mayoría de los análisis sobre el humor se suelen centrar en los aspectos psicológicos, fisiológicos y sociológicos del humor, pero comparativamente se han dedicado muy pocos trabajos a abordar los aspectos lingüísticos o idiomáticos del humor. Uno de ellos es la obra de Attardo (1994), en la que se presenta una aplicación de los diversos estudios llevados a cabo sobre el humor desde distintos puntos de vista (antropológico, filosófico, psicológico, literario, folclórico o sociológico) a un planteamiento lingüístico. Este autor aplica diversos modelos lingüísticos al humor verbal y elabora una propuesta de análisis del humor desde la línea pragmática que nos parece adecuada para la interpretación de lo humorístico en la comunicación. Sin embargo, y a pesar del valor de la obra, pensamos que el análisis que plantea la obra de Attardo entraña bastante complejidad. Por otra parte, la obra de Attardo adolece, en nuestra opinión, de una falta importante de definiciones, dándolas por sabidas y pasando por alto su análisis. Tampoco coincidimos con el autor en su afirmación de que los chistes y los juegos de palabras

tienen un carácter universal. Sí es cierto que pueden tenerlo en cuanto a su existencia generalizada en las diversas lenguas y culturas del mundo, pero no podemos considerar la universalidad absoluta de la transposición de un chiste o un juego de palabras, precisamente por las propias características de las distintas lenguas y culturas. Cabe destacar, no obstante, la clasificación de las teorías modernas sobre el humor que presenta este autor, que las agrupa en tres bloques:

a) Teorías de la superioridad: defienden que toda experiencia humorística surge como manifestación del sentimiento de superioridad del hombre hacia el hombre.
b) Teorías de la descarga: interpretan el humor como efecto de una descarga de energía física acumulada.
c) Teorías de la incongruencia: consideran que todo humor se basa en el descubrimiento de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba.

Quizá uno de los autores que con más sencillez, a la vez que rigurosidad, haya abordado el lenguaje, el estilo y la técnica del humor sea el mencionado Nash, quien sitúa al lenguaje, y no al análisis lingüístico en sentido estricto, como el elemento crucial para el estudio y la comprensión del humor (no visual). Para Nash, el análisis lingüístico puro se queda corto, puesto que el humor es un proceso de interrelación social en el que se implican otros factores como la cultura:

> *It is, however, the language, not the linguistic analysis, of humour, that must be our general concern; because, paradoxically, linguistic analysis in the strictest sense, may not comprehend the humorous activity of language. Humour is an occurrence in a social play. It characterizes the interaction of persons in situations in cultures, and our response to it must be understood in that broad context, whether it makes the sudden demand of wit, or whether it has the more discursive appeal of description and anecdote.*
>
> (ibid.: 12)

Como parte esencial de nuestro trabajo de estudio y análisis del humor audiovisual debemos abordar el humor verbal, sobre el cual gira gran parte de la producción humorística. En principio, el humor verbal no es sino una proyección, sobre el plano de las palabras, de lo que de humorístico tengan determinadas acciones o

situaciones. Bergson señala unas reglas generales para la producción de humor verbal:

> "Se obtendrá una frase cómica vaciando una idea absurda en el molde de una frase consagrada";
>
> "Se obtiene un efecto cómico siempre que se afecta [sic] entender una expresión en su sentido propio, cuando se emplea en el figurado";

o esta sobre los juegos de palabras:

> "Se obtendrá un efecto cómico siempre que transporte a otro tono la expresión natural de una idea".

Para ello establece dos procedimientos: inversión e interferencia. Habría un tercero, la transposición, del que surge la parodia (por ejemplo, cuando se transpone lo solemne y lo vulgar).
En una comedia importa poco la gravedad de la situación. En la que nos ocupa en nuestro estudio, las situaciones que se muestran (la guerra, los regímenes autoritarios) son bastante graves, y no por ello pierde su carácter humorístico, que se ve potenciado, como en la mayoría de las comedias, por la naturaleza insociable, fuera de la norma, de lo establecido, de los personajes. Toda situación, por muy grave que sea, nos hará reír siempre que el autor nos la muestre de forma que no suscite nuestra emoción. Tenemos, pues, las dos condiciones principales: insociabilidad de los personajes e insensibilidad del espectador.

El humor gestual o de situación tiene éxito por la universalidad de sus escenas, de ahí la aceptación de las películas de cine cómico de la etapa del cine mudo (Harold Lloyd, Buster Keaton, Charlie Chaplin) o de producciones más actuales y que adoptan una estructura parecida (Mr Bean). El caso es distinto cuando se trata del humor verbal (más o menos culturalmente marcado).

Muchos otros estudiosos se han ocupado de la naturaleza del humor, y lo han analizado desde distintas perspectivas. Así, ya en 1905, Freud realizó exhaustivos estudios sobre el humor y su relación con el inconsciente desde una perspectiva psicoanalítica (Freud, 1988). Raskin (1985) ha elaborado prolijas y detalladas

descripciones y teorías sobre el humor desde un análisis primordialmente semántico. El ya mencionado Bergson (1962) plantea una aproximación general a lo cómico (situación y lenguaje, agentes del proceso). Scarpit (1963) realiza una revisión histórica de la presencia del humor en diversas obras y periodos literarios. Fernández de la Vega (1963) hace algo similar, deteniéndose en los rasgos humorísticos de diversos géneros literarios, la relación del humor con la filosofía, y señala a Cervantes como principal precursor del humor contemporáneo y, por ende, literario. Shultz (1995) analiza el humor y sus diversas formas desde una perspectiva de desarrollo cognitivo. Quizá uno de los estudios más serios y amplios sobre el humor sea el de William F. Fry (1968), que plantea un análisis general sobre los papeles de la paradoja, la metáfora y la estructura del humor, así como los mecanismos de lo implícito y lo inconsciente, desde un punto de vista multidisciplinar, que abarca campos tan diversos como la psicología, la psiquiatría, la antropología y la sociología.

El humor puede surgir también a partir de una situación absurda (como en el caso de las orquestadas por los Hermanos Marx), surrealista incluso (como las del grupo Monty Python), y constituirse incluso en un tipo de humor. De ese absurdo, al que Bergson apunta citando al escritor francés Théophile Gautier, de esa lógica absurda e incomprensible, surge lo cómico extravagante.

El humor del absurdo entronca directamente con la incongruencia. La muestra de una realidad o un pensamiento que resulta incongruente con lo que se esperaba, con las "expectativas lógicas", desencadena el efecto cómico en alguna de sus manifestaciones.

La definición que tenemos de humor negro es la de "humorismo que se ejerce a propósito de cosas que suscitarían, contempladas desde otra perspectiva, piedad, terror, lástima o emociones parecidas". El humor negro suele implicar un grado de crueldad que puede ir desde la sonrisa pícara a la más salvaje y despiadada de las humillaciones sobre una situación o sobre el prójimo, que suele ser una persona desvalida o en inferioridad de condiciones objetivamente constatable. Esta clase de humor suele tomar como base a grupos sociales en inferioridad de condiciones, con los que es fácil cebarse por las connotaciones o la percepción social de que sean o hayan sido objeto; el chiste sexista, racista, nacionalista, etc. encuentra su expresión más o menos fácil en este apartado. El efecto humorístico se suele conseguir mediante procedimientos extremos: la exageración (de un defecto, de un exceso...) y

la simplificación (aplicando una concepción reduccionista de una persona o una situación dada, por ejemplo) son los elementos indispensables para el énfasis desencadenante necesario.

Hoy día, el humor parece estar dominado por factores como la influencia indiscutible de los medios de comunicación y la crisis de valores generalizada (no necesariamente en un sentido negativo) que afecta a la cultura o culturas que se hallan inmersas en procesos de rápida y revolucionaria transición. Del primero se deriva la fabricación, prácticamente en serie, de "humor enlatado y listo para servir" (comedias de situación, teleseries, etc.), y del segundo se genera una sofisticada forma de humor negro o caústico.

En nuestro estudio encontramos otras dos clases de humor claramente diferenciadas, y características por sí mismas de todo un movimiento y una tradición humorística en lengua inglesa: por una parte, y de modo más genérico, tenemos el humor estadounidense (al igual que podemos hablar de "humor británico"), que más rigurosamente deberíamos circunscribir al entorno geosocial de la zona de la ciudad de Nueva York, y denominarlo "humor neoyorquino". En nuestra opinión, el cosmopolitismo y la constante aportación y renovación cultural, étnica y social de la "Gran Manzana" sirven de catalizador y favorecen el surgimiento de un tipo de humor único muy marcado culturalmente, fuertemente crítico y caústico. Por otra parte, una de las ramas más importantes de las que se nutre la savia de esta clase de humor es el humor judío, resultado y parte integrante de un estilo de vida, de una filosofía y una forma de pensar muy particular, que actúa al tiempo como mecanismo de defensa contra la potencial hostilidad del entorno y como consuelo gozoso hacia las circunstancias, por muy adversas que fueren:

> "*the Jewish ethos in the America of the Depression years seemed to breed humour* (...) *Most of the subjects* [en referencia a los humoristas] *were Jewish, out of New York or East Coast backgrounds. Something in this 'sub-culture' seems to breed humour or the humour response*"
>
> (Fry y Allen, 1996 : 252).

Los ejemplos de humoristas famosos de lengua inglesa y origen judío (muchos de entorno neoyorquino) son numerosos: desde los propios Hermanos Marx, hasta Jerry Seinfeld, pasando por Jerry Lewis o Woody Allen.

En todo caso, y a excepción del humor mudo puramente visual, el lenguaje ocupa un lugar preponderante en la exposición y resolución del humor, independientemente de la situación o del soporte. Así, el humor verbal (de actuaciones en directo, o de programas de radio), el humor audiovisual (de películas o telecomedias), el humor gráfico incluso, utilizan el lenguaje como vehículo, oral y/o escrito, como una suerte de resorte sobre el cual se articula el mecanismo desencadenante del efecto humorístico. El lenguaje es el instrumento con el que juega el humorista, a través del cual manifiesta su ingenio, cuya extensión y resultado es el humor. El gran humorista gráfico Antonio Fraguas "Forges" (1999) asegura que "el ingenio es la principal arma del humorista para eludir la censura", y que un buen complemento de ese ingenio del humorista es "la creación y uso de un lenguaje propio que permita cultivar el eufemismo (...) Este metalenguaje o jerga permite hablar de todo, pero con eufemismos". Apostilla Forges que "el dibujo es sólo el soporte. La palabra es lo fundamental".

c) Tipos de humor

En el humor, como en otros géneros, existe una amplio abanico de posibilidades y gradaciones, desde la más fina ironía a la más directa, más cruel y descarnada de las sátiras. El humor puede ser visual o verbal, o una combinación de ambos, puede ser humor del absurdo, sátira social, humor cultural, juegos de palabras, crítica política, chistes, humor de payasadas (*slapstick*), etc. En realidad quizá el único rasgo que compartan los distintos tipos de humor sea su función o efecto, esto es, hacer reír o sonreír.

En todo idioma, el humor se puede expresar de diversas maneras. Por tanto, las posibles taxonomías del humor pueden seguir distintos criterios, más o menos definidos.

Realizaremos aquí una presentación de algunas de las clasificaciones del humor más representativas. Simplificando podríamos conjugarlas en una clasificación muy básica, que diferenciaría entre juegos de palabras y juegos de ideas, entendiendo por juegos de palabras el tipo de humor más relacionado con el lenguaje y su estructura, y juegos de ideas aquellos que representan un tipo de humor más relacionado con el contexto. Las clasificaciones, no obstante, podrían ser infinitas: significado metafórico frente a significado literal, según el grado de lógica o sentido común, códigos de conducta incompatibles, lo trivial frente a lo relevante, etc.

Una de las principales formas de manifestación del humor es el chiste, término con el que identificamos especialmente al humor verbal. Hemos visto que el humor surge de la ruptura con lo establecido, del asalto al orden social. En palabras de Alison Ross (1998 : x): "*This is the essence of humour: surprise, innovation and rule-breaking*". Un buen ejemplo lo tenemos en el humor sexual, el burdo o soez o el humor escatológico, donde se rompen las expectativas y lo establecido, el tabú.

Fry distingue varios tipos de chistes:

> (...) *canned jokes, situation jokes, and practical jokes. The first category* (...) *includes those jokes that are told or presented with little obvious relationship to the ongoing human interaction- humor which, on the surface, does not seem to find its origin in the ongoing process. Situation jokes are those which do find, to a major extent, their origin in the ongoing life process.* (...) *Finally, practical jokes combine many features of the other two types, but are, nevertheless, distinctly different. The practical joke is a hybrid- both contrived and spontaneous.*
>
> (ibid.: 41)

Hemos señalado antes que entendemos por juegos de palabras aquel tipo de humor más relacionado con el lenguaje y su estructura. En ese sentido, consideramos el juego de palabras (o *pun* en inglés) como una figura retórica de tipo fonológico o de dicción, y que podríamos definir como el uso ingenioso o humorístico de varias palabras, cuya formación o disposición hace que suenen parecidas, a pesar de tener significados diferentes, de forma que ofrecen dos o más posibles aplicaciones, alguna de las cuales entraña un valor humorístico, al crear una ruptura de las expectativas, de lo establecido, de la lógica gramatical, sintáctica, semántica, gráfica o fonética del enunciado.

Desde el punto de vista de las figuras retóricas, podemos señalar algunas figuras relacionadas con los juegos de palabras:

- fonológicas o de dicción:

  paranomasia: Consiste en colocar próximas en la frase palabras parónimas o fonéticamente semejantes. Desde un punto de vista pragmático, podríamos decir que se trata del arte de hacer y/o practicar juegos de palabras.

- morfológicas y sintácticas:

  calambur: Consiste en alterar la agrupación de las sílabas de una o más palabras de forma que cambie totalmente su significado o su sentido.

La Enciclopedia Británica define *pun* como "*two disparate strings of thought tied together by an acoustic knot*". Jerárquicamente, la progresión iría desde los juegos de sonidos, pasando por los juegos de palabras, hasta los juegos de ideas.

Las películas de los Hermanos Marx están repletas de juegos de palabras, y sobre ellos se articula una gran parte de su humor. Analizaremos este aspecto en detalle más adelante.

Nash (ibid.: 137-149) establece una tipología de los juegos de palabras que nos parece interesante y exhaustiva, y en la que, entre otras, incluye las siguientes categorías:

a) Homófonos: Parejas de palabras (o más) que suenan de la misma forma pero tienen significados diferentes: *rain / reign*, *urn / earn*, *sighs / size*. Son palabras cuyo significado varía según su grafía, pero que comparten una misma pronunciación. Nash señala que las obras de William Shakespare están salpicadas de juegos de palabras, algo que sirviera a Delabastita (1993) para ahondar sobre el fenómeno de los juegos de palabras y su traducción. Muchos acertijos (*riddles*) se prestan a juegos de palabras homofónicos:

   When does the baker follow his trade?
   - Whenever he needs (kneads) the dough.

   El juego estriba en la similitud fonética de "*needs*" (necesitar) y "*kneads*" (amasar) y el doble sentido de "*dough*" ("masa" en sentido culinario y, en un contexto coloquial, "dinero").
b) Frases homofónicas**:** Según Nash, existen muy pocos ejemplos de homofonía frasal: sílaba por sílaba, frases que suenan de forma parecida, pero cuya suma de significados es diferente. No se prestan al juego espontáneo de los

homófonos, sino que este debe forzarse voluntaria y artificialmente, como vemos en el ejemplo que Nash extrae en referencia a la obra de Lewis Carroll:

Where did Humpty Dumpty leave his hat?
Humpty dumped ʻis ʻat on a wall.

El juego se basa en la pérdida de la "h" (*h dropping*) de "*his*" y "*hat*", lo que favorece un encabalgamiento fonético de la secuencia "*Dumpty – his hat*", que deviene "*dumped ʻis ʻat*".

c) Pantomima (*mimes*): Nash utiliza este término para su clasificación, que nosotros traducimos por "pantomima", y que se refiere a las semejanzas fonéticas, normalmente en las rimas, y que tienen el atractivo de los homófonos. Son especialmente graciosos porque rompen las propias normas de los juegos de palabras. El principio sobre el que se estructuran los juegos de palabras es el "homomorfismo", esto es, tienen la misma forma; sin embargo, las pantomimas son descaradamente "alomórficas":

What do cats read?
- The Mews of the World.

La semejanza fonética entre "*news*" (en el Reino Unido existe un periódico muy popular llamado *The News of the World*) y la onomatopeya felina ("*mews*") facilita el efecto cómico.

d) Frases pantomímicas (*Mimetic phrases*): Se trata de transposiciones homofónicas de citas o frases de obras conocidas (Nash menciona la Biblia y a Shakespeare). Tenemos la frase *bíblica "land of milk and honey"*, de donde surge el remedo "Hollywood, land of mink and money".

e) Homónimos: Es una identidad ortográfica o de pronunciación entre palabras con distinto significado y distinto origen. Los juegos de palabras homonímicos abundan: *dough* = (1) *flour paste*, (2) (coloquial) *money*.

f) Frases homónimas: Podemos convertir en frases juegos de palabras homonímicos enteros. Estructura típica de los denominados "'*tag*' *jokes*". Se pueden encontrar numerosos ejemplos de este tipo de frases en los titulares de los periódicos, donde la ambigüedad queda patente:

Old men and women, the most dangerous drivers.

g) Pseudomorfos: Consiste en la utilización de formas falsas (pseudomorfos), que se inventan para conseguir un juego de palabras homonímico. En inglés, los prefijos *dis-* y *ex-* se prestan fácilmente a esta forma:

A: In his exposition, he took a very firm stand on spending cuts.
B: How can you stand in an ex-position?

h) Portmanteaux: Nash menciona el origen del término, que atribuye a Lewis Carroll, y que consiste en la unión de dos significados en una sóla palabra. En la obra de Carroll *Through the Looking Glass*, Humpty Dumpty le explica a Alicia el origen de palabras como "*mimsy*", fruto de la unión de *flimsy* y *miserable*. En la vida cotidiana encontramos numerosos ejemplos: "*avionics*"(*aviation + electronics*), "*bit*" (*binary + unit*), "*quasar*" (*quasistellar + source*). Como vemos, estas palabras abundan en el ámbito científico-técnico. Otros autores, como Plotnik (1996 : 136), denominan a estas palabras *blendings*.

i) Juegos de palabras etimológicos: El juego de palabras reside en el doble sentido de la palabra en su origen, debidamente contextualizada:

Nero made Rome the focus of his artistic attention.

En latín, "*focus*" significa "fuego". Evidentemente, estamos ante un tipo de juego de palabras que requiere una cierta competencia cultural o intelectual por parte del receptor, del oyente, lector o espectador del chiste.

j) Juegos de palabras bilingües**:** La esencia del chiste bilingüe reside en que todo el sentido de una palabra (inglesa, en este caso) recae sobre una palabra extranjera, ya sea por accidente homofónico, por medio de una construcción homonímica / semántica, o por medio de la traducción literal. Coincidimos con Nash en cuanto a que se trata de juegos de palabras muy elaborados, incluso pedantes, forzados nos atraveríamos a decir, que no están al alcance de cualquiera. En el ejemplo siguiente, durante una comida, varias personas hablan sobre la belleza de una camarera:

A: That a dolly bird! Eh?
B: I believe she comes from the Seychelles.
C: Aha! A Seychelloise.
D: A Seychelloiseau.

El juego se estructura en torno a la terminación "*oiseau*", palabra que en francés significa "ave o pájaro". Su pronunciación es muy similar a la terminación "-oise", con lo que se presta al juego fonético, estableciendo al tiempo una correspondencia con el primer término "*bird*", que también significa "ave o pájaro" en inglés. En este caso, "*bird*" se usa en un sentido coloquial para referirse a una mujer.

j) Metáfora – juego de palabras**:** Se hace coincidir una metáfora en un juego de palabras. Los juegos de palabras, señala Nash, al igual que las metáforas, también se fosilizan en la sustancia misma del lenguaje.

What's a myth?
- A female moth.

El juego de palabras se deriva de la asociación metafórica de cierto silogismo del lenguaje: si *foot / feet* y *cat / kit(ten)*, entonces, debemos entender que lo que se sigue es *myth / moth*...

Nash añade a esta tipología otros recursos que conforman, de un modo u otro, los juegos de palabras. Son, por decirlo de un modo metafórico, "juegos de palabras visuales": el trastocamiento tipográfico, los acrósticos, los jeroglíficos, los palíndromos (palabra o frase "capicúa", esto es, que se lee de igual modo de izquierda a derecha que el revés: "*Madam, I'm Adam*") y los anagramas (palabra o sentencia resultante de cambiar los sonidos o letras de otra palabra o de otra sentencia. "Belisa" es anagrama de "Isabel"). El autor se detiene en este último, sugiriendo que, si el juego de palabras puede producir un efecto humorístico al hacernos percibir un matiz de significado, el anagrama puede implicar connotaciones no percibidas hasta ese momento. Coincidimos con él en que el anagrama puede interpretarse como una suerte de emparejamiento semántico expresado con letras, en lugar de con sonidos, y la frase resultante recuerda en cierto modo al original.

En su clasificación termina Nash mencionando un grupo de formulaciones sin diseño preconcebido ni historia creativa, que él denomina *lucky lapses*, esto, es, una especie de traspiés no intencionado (en la mayoría de los casos) del lenguaje que provoca un efecto humorístico. En sus diversas variedades, suelen denominarse con el nombre de personajes a los que se atribuyen: *spoonerism* (intercambio no intencionado de sonidos, por lo general sonidos iniciales, de dos o más palabras: "*hush my brat*" por "*brush my hat*", "*I have a half-warmed fish in my mind*" por "*I have a half-formed wish in my mind*". Debe su nombre a William Archibald Spooner, un clérigo de Oxford), *malapropism* (error cometido al confundir un vocablo con otro similar, sobre todo cuando se causa un efecto ridículo. Debe su origen a un personaje de ficción, Mrs Malaprop: "*If I reprehend anything in this world, it is the use of my oracular tongue, and a nice derangement of epitaphs*"), y *Goldwynism*, cuyo inventor es el autor Sam Goldwyn. A él se deben expresiones como "*include me out*" y "*im-possible*", de las que encontramos correspondencias actuales en algún torero un tanto rústico ("im-prezionante").

Nash también somete a estudio la ironía, elemento de notable importancia y que constituye en sí mismo todo un campo de estudio que estimamos merece un análisis más profundo y detenido, que escapa al ámbito de este trabajo.

A nuestro entender, podemos establecer algunos parámetros en la resolución humorística de un juego de palabras:

- marco de actuación rápido (la brevedad es importante. Al modo de la máxima griceana de cantidad, debemos aportar la cantidad de información necesaria, pero no más, que redundaría en un efecto humorísitico inferior o incluso nulo).
- evitar los nombres propios, ya que el oyente o espectador podría no reconocer el nombre.
- referencias conocidas.
- adecuación de los referentes al contexto situacional.
- registro apropiado.

La clasificación de Nash ha servido de base a otras muchas posteriores, de las que destacaremos la de Delia Chiaro (1992), quien realiza un minucioso y atractivo análisis del humor verbal en dos vertientes: primero agrupa los diversos recursos lingüísticos de formación de los juegos de palabras (no tanto atendiendo puramente

a categorías, como Nash, sino más bien atendiendo a criterios o procedimientos de elaboración), para centrarse posteriormente en la forma de los diferentes tipos de chistes. Chiaro distingue una serie de denominadores comunes en el humor verbal, que configuran la temática de los chistes verbales y que tienen categoría de universales. La autora señala la degradación como motor de toda una categoría de chistes. Como ya señalamos antes, cebarse en las deficiencias físicas, en los rasgos étnicos, culturales o nacionales de un grupo social supone un recurso fácil de chiste. Son los llamados *underdog jokes*, donde encontramos los chistes de nacionalidades, existentes en todas las lenguas, y que giran en torno a la estupidez o la tosquedad de un grupo étnico o nacional (los polacos o los irlandeses en Estados Unidos, los belgas en Francia, los leperos en España, etc.). Este tipo de humor perfectamente traducible, ya que el elemento degradado y que contribuye al efecto cómico por su denominación es fácilmente intercambiable por otro similar en otro contexto geográfico. Chiaro señala, además, otros elementos presentes en este tipo de chistes:

> *Other types of derogatory jokes involve cripples, the mentally sick, homosexuals, wives, mothers-in-law and women in general. Only recently, after the advent of feminism, have we begun to hear jokes in which men are the butt of derogatory humour.*
>
> (ibid.: 8)

Los otros universales destacados por la autora italiana son el sexo (en sus distintas formas y expresiones; es un elemento cuyo tratamiento varía de una cultura a otra) y el absurdo, que ya comentamos anteriormente.

Chiaro diferencia varias categorías de juegos de palabras, según su intencionalidad, cada una de la cuales abarca una serie de subcategorías o tipos, de las que destacamos brevemente algunas:

- *Slips of the tongue* (lapsus linguae): Faltas o equivocaciones cometidas por descuido (como el ejemplo de Roald Dahl "*Dallas Chickens = Charles Dickens*"). En castellano se usa esta denominación latina por su propia significación de tropiezo o error de lengua.

  - Metátesis: La autora se refiere aquí a este tipo de lapsus verbal, común en todas las lenguas, denominado técnicamente "metátesis distante" y que en inglés se conoce como el ya mencionado *Spoonerism*.

  - *Malapropism***:** Nash ya categoriza esta forma de juegos de palabras, presente en español también, y que cobran especial dimensión risible en

boca de personajes conocidos: el "im-prezionante" o el "dejarse la piel en el pellejo" del torero Jesulín de Ubrique, el "estar en el candelabro" de la modelo Sofía Mazagatos, o el "estar como una sífilis".

- *Reported Slips* (traspiés lingüístico indirecto)*:* Al igual que se consigue un efecto humorístico al contar un incidente jocoso sucedido a alguien, dicho efecto también se puede conseguir contando el error lingüístico que alguien ha cometido.

- *Deliberate word play* (juego de palabras intencionado): En esta categoría se incluyen diferentes tipos de juegos de palabras que se adoptan en los chistes intencionados, y que responden a los criterios de clasificación utilizados normalmente en la lingüística descriptiva (esto es, grafología, fonología, morfología, léxico, sintaxis, etc.).

- *Inexplicable play on language* (juegos de palabras inexplicables).

En cuanto a la forma del juego de palabras, Chiaro explica varias formas posibles en que este se manifiesta: forma narrativa; forma poética; como continuidad o interacción a un enunciado (*rejoinder*); como fórmula predeterminada; como aparte (*aside*), como forma de una sola frase por lo general en que el chiste puede presentarse a modo de definición, de exhortación o de comentario o queja; y como ritual (*riddles* y *knock-knock jokes*).

Debemos hacer notar en este punto que el "juego de palabras" no siempre es tal en sentido estricto, ya que a veces escapa al ámbito de una simple combinación entre palabras. Coincidimos plenamente con Gottlieb (1997 : 210) en la matización de que quizá sería más apropiado referirnos, al menos en algunos casos en el contexto de estudios de corpus audiovisuales como el nuestro, a "juego de expresiones" cuando nos referimos a determinadas construcciones homonímicas, homofónicas, homográficas o paronímicas.

Gottlieb (1997b) toma para su sencilla clasificación de los juegos de palabras una tipología elaborada por Hausmann (1974), y distingue entre:

- homonimia léxica (ambigüedad de una sola palabra).
- homonimia de colocacion (ambigüedad de la palabra en el contexto).

- homonimia frasal (ambigüedad de una claúsula).
- homofonía (ambigüedad fonética).
- homografía (ambigüedad grafémica).
- paronimia (similitud grafémica o fonética).

Como vemos, la clasificación de Gottlieb, aunque reduccionista, no es mala, y nos parece operativa y eficaz desde un punto de vista funcional para la aplicación que el autor hace de los juegos de palabras (los subtítulos audiovisuales).

Hemos analizado el humor en sus orígenes, los mecanismos que utiliza para su exposición y algunas de las diferentes clases y tipos de humor que existen. Todo ello nos sirve para poder situar de mejor manera nuestro análisis del humor en este trabajo desde la perspectiva de la traducción del mismo.

3.- Traducción del humor y las referencias culturales

a) El estudio del humor

Son numerosos los enfoques de que ha sido objeto el humor. Se ha estudiado desde diversas perspectivas científicas. Hacia finales de los años sesenta comenzaron a aparecer en las publicaciones científicas de los Estados Unidos los primeros estudios sobre la risa y lo humorístico, que adoptaban un enfoque psicológico, fisiológico, psiquiátrico o sociológico. En 1969 Jacob Levine publicó su estudio *Motivation in Humor*, y en 1972 Jerry Goldstein y Paul McGhee editaron un volumen sobre *The Psychology of Humor*. En Inglaterra, Antony Chapman y Hugh Foot idearon una colección llamada *Humour and Laughter: Theory, Research and Applications*, que se publicó en 1976 (y todavía se sigue editando), el mismo año en que ambos presidieron el *1st International Conference on Humour and Laughter*, bajo los auspicios de la British Psychological Association. Mientras tanto, en la Universidad de Stanford, en los Estados Unidos, William Fry preparaba una serie de estudios encaminados a estudiar los efectos fisiológicos de la risa, que revelaron que la respiración y el ritmo cardiaco se ven interrumpidos durante los periodos de risa, interrumpiendo la cadencia vital de estos. Ha habido algún estudio lingüístico, de los que quizás los más representativos sean los de Victor Raskin (1985), quien además ha sido el principal promotor de una revista científica de estudios sobre el humor, de carácter multidisciplinar, *Humor*. En cualquier caso, el humor, en cuanto a su traducción, no ha sido apenas tratado sino hasta hace muy pocos años.

b) Humor y traducción

La literatura existente sobre traducción del humor es, como pueda suceder con la existente sobre traducción audiovisual, bastante escasa, si comparamos su volumen con los estudios e investigaciones realizadas sobre otros aspectos de la traducción que, comparativamente, responden a áreas de producción más limitadas, como la traducción literaria. Para darnos una idea de la importancia del humor sólo tenemos que encender el televisor y encontraremos un buen número de telecomedias que se emiten a diario en los diversos canales de televisión, además de producciones cinematográficas de naturaleza humorística. A esto hemos de sumar las diversas

formas en que se vehiculiza el humor de forma gráfica o escrita: tiras cómicas, tebeos, novelas, cuentos, etc.

En el capítulo anterior hemos analizado las definiciones de algunos conceptos relacionados con el humor y diversas clasificaciones de los tipos de humor, atendiendo a diferentes criterios. A continuación nos proponemos adentrarnos en el complejísimo mundo de la traducción del humor. Veremos el tratamiento que han realizado algunos autores, y revisaremos algunas de las propuestas más representativas acerca de cómo afrontar la traducción de un episodio o un texto de carácter humorístico, los problemas que entraña, las posibles estrategias para la resolución (con éxito) de dichos episodios, etc. Analizaremos, además, la dimensión semiótica, esto es, los factores que intervienen en la traducción del humor audiovisual, y que pueden influir de forma decisiva en la forma de resolver la traducción del humor enmarcado en un contexto de modalidad audiovisual (doblaje y subtitulación, en este caso).

Es importante recalcar en este punto que el humor es una cuestión muy subjetiva, que, en última instancia, depende de factores psicológicos personales, del trasfondo cultural y familiar de cada persona, y que se ve sometido en cada momento a una evolución constante por la influencia del entorno. Este aspecto deberá tenerse siempre presente a la hora de afrontar la traducción del humor, en cualquiera de sus manifestaciones, pero muy especialmente en el caso del humor audiovisual, donde la imagen y los elementos quinésicos visuales, paralingüísticos, gestuales, etc. se entrelazan con los verbales y los culturales: un chiste o episodio humorístico inscrito en un marco audiovisual podrá desencadenarse directamente a través de las palabras contenidas en un parlamento, pero también puede estar motivado por determinados elementos icónicos (por ejemplo, un tipo paseando con un pollo de plástico por la playa, un retrato del papa en un bar del oeste americano) o sonoros (como pueda ser la inclusión de música romántica en una situación completamente ajena a la misma [por ejemplo, una escena de terror], a fin de provocar la hilaridad, o aumentar lo absurdo del pasaje).

La traducción de textos de contenido humorístico no es en modo alguno cosa banal, ni tampoco sencilla. Tipos de textos hay muchos, y los traductores hace tiempo que andamos enfrascados en no pocas disquisiciones sobre tipologías textuales y tipos de texto. Cada tipo de texto, en cualquier caso, reúne una serie de peculiaridades y rasgos que le confieren su carácter propio y le hacen merecedor de pertenecer, grosso modo, a una categoría determinada de texto. Con el humor sucede algo muy

similar, hay humor para todos los gustos, y hasta de todos los colores. Y también hay textos y productos humorísticos, claro está. Si a cualquier profesional de la traducción le sugieren que haga la traducción de un texto con carga humorística, a uno casi indefectiblemente se le ilumina el rostro, ante la posibilidad de abordar la traducción de un texto entretenido, gracioso, original y con cierto color, lejos quizá del tedio gris de la tarea repetitiva y poco gratificante de la traducción de textos informáticos, médicos o jurídicos, por hablar de algunos de los "superventas" del mundillo de la traducción. En palabras de Leibold (1989 : 109), "*the translation of humor is a stimulating challenge*", ya que se ha de conseguir "*a new utterance which successfully recaptures the intention of the original humorous message and evokes in the target audience an equivalent pleasurable and playful response*". El humor, sin embargo, no es asunto de chanza, y su traducción es, a buen seguro, algo muy serio y difícil. Probablemente la cara del traductor vaya cambiando en no pocas ocasiones cuando finalmente se enfrente a la traducción de un chiste o un comentario gracioso. La traducción del humor es, probablemente, una de las experiencias más difíciles (y más gratas), a la que se puede enfrentar un profesional de la traducción, por no hablar de la interpretación, que merecidamente requiere un altar aparte.

Con no poco acierto, se ha afirmado que "el ingenio es a menudo prisionero de su propio idioma"[1] (Rowe, 1960 : 120). Nosotros ampliaríamos la afirmación de Rowe, extendiéndola desde el ámbito lingüístico a la esfera cultural. El contexto cultural, en no pocas ocasiones, hace que un chiste o un aspecto humorístico produzca un efecto diferente dependiendo de la CT que lo recibe: al traductor le resulta con frecuencia muy difícil conseguir que el público de la lengua término sonría o se ría en el mismo punto o ante el mismo chiste que el de la lengua origen. Pero si además el comentario gracioso, el chiste o el juego de palabras se encuentra enmarcado en un texto audiovisual, la dificultad suele aumentar de forma exponencial. En ocasiones la imagen o la pista sonora pueden facilitar la tarea, pero en muchas otras, no hacen sino añadir elementos que aumenten su complejidad.

c) Clasificación del humor para su traducción (general y audiovisual)

Hickey (1996) señala que, en términos pragmáticos, el traductor debería establecer, con vistas a la traducción del humor, una clasificación de las diversas situaciones y comportamientos en la CO y la CT, a fin de determinar qué es o no "apropiado" en una cultura. A partir de esta premisa, divide el humor en tres tipos: el que depende

[1] La traducción es nuestra.

exclusivamente del comportamiento o del conocimiento universal, el que se origina en algo específico a una sociedad o cultura, y el que se deriva de algún aspecto de la lengua. Hickey coincide por completo, y en los mismos términos, con la taxonomía que años antes proponía Raphaelson-West (1989 : 130):

1) *linguistic, such as puns*
2) *cultural, such as ethnic jokes*
3) *universal, such as the unexpected*

Si bien esta clasificación es válida para la traducción del humor en general, puede resultar insuficiente para la traducción del humor audiovisual, ya que no se tienen en cuenta otros parámetros de importancia capital, como la imagen o la pista sonora.

Ambos autores coinciden también en establecer una gradación progresiva de dificultad en la transferencia del humor, donde los episodios humorísticos "universales" serían los más fáciles de traducir, mientras que los basados puramente en mecanismos lingüísticos serían los más difíciles. Disentimos en este punto de ambos autores, por cuanto pensamos que, en la mayoría de la ocasiones, los chistes lingüísticos estructurados sobre conceptos, ideas o referentes culturales son los más difíciles de traducir. Es cierto, eso sí, que muchos juegos de palabras son sencillamente "inexportables", pero en estos casos el traductor puede contar con el recurso de modificarlos o ajustarlos mediante otro procedimiento lingüístico similar en forma o efecto. La cultura, sin embargo, es mucho más inherente a los sistemas sociales y de comportamiento comunes, y mucho más si se encuentra subordinada a sistemas semióticos añadidos, como la imagen y el sonido en el caso audiovisual, que, por otra parte, también son positivos en muchas ocasiones.

Para los propósitos de nuestro estudio nos parece mucho más exhaustiva y completa, al tiempo que abierta, la taxonomía que, a partir del supuesto anterior, elabora Zabalbeascoa (1993 : 268-274). Su clasificación se basa en las mismas nociones (en realidad no puede ser de otro modo), pero amplía en los siguientes apartados los límites en que podemos compartimentalizar el humor audiovisual:

a) Chistes internacionales: Aquí podemos englobar aquellos que pueden operar al menos en un contexto bicultural, que no plantean excesivas dificultades de traducción porque la reacción humorística no depende

de un mecanismo exclusivo de la L/CO o la L/CT, con lo que la reacción no corre el riesgo de verse mermada en su apreciación.

b) Chistes basados en instituciones o referentes culturales inherentes a la CO: Aquí, el efecto no depende de un juego de palabras sino de referentes culturales pertenecientes a la esfera de conocimiento y al contexto sociocultural de la CO, lo que en principio motiva la adaptación de dichos referentes a la CT. Diferimos un tanto de Zabalbeascoa en este punto, por cuanto el trasvase de conocimientos y referentes es dinámico y está en constante cambio, y muchos de esos referentes pueden convertirse en conocidos y hasta familiares en la L/CT. De cualquier manera, las posibles estrategias de traducción no parecen explotarse al máximo en la mayoría de los casos, y son numerosos los casos en que una película o una serie de televisión ha mantenido en su versión traducida referentes institucionales o de vinculación cultural directa que perjudican el éxito de la apreciación por parte del espectador.

c) Chistes derivados del sentido del humor nacional: Este aspecto está íntimamente relacionado con la interpretación subjetiva que del humor tiene una determinada comunidad o grupo social. Los parámetros sobre los que se articula el sentido del humor de los españoles son diametralmente diferentes de los de los alemanes o los nórdicos, y el de estos a su vez lo será del de los chinos. Este tipo de humor puede revestir una complejidad añadida en el caso de los estereotipos sobre otras nacionalidades. El texto humorístico audiovisual puede permitir la transposición a otros referentes de estereotipos propios del país o la región término, pero esta solución no es siempre factible, y puede plantear problemas de adecuación y corrección política.

d) Chistes lingüísticos: Parten de relaciones gramaticales, léxicas, fónicas, sintácticas, etc. Puede basarse exclusivamente en mecanismos lingüísticos, o combinarse con otros de carácter cultural.

e) Chistes visuales: Se destacan, por una parte, aquellos que dependen específicamente de lo visual, de la imagen. Esto incluye a los

> diferentes códigos semióticos visuales que intervienen en la escena (lenguaje gestual, humor de payasadas), y su naturaleza no es universalmente compartida en todos los casos, lo que supone una dificultad desde el punto de vista de la traducción, que en cualquier caso tiene poco que hacer en este sentido por ahora [2]. Por otra parte, estaría el humor derivado de la intersección de palabras e imágenes. Aquí, nuevamente, el traductor podrá encontrarse con problemas de correspondencia entre los dos sistemas, el verbal y el visual.

En nuestra opinión, esta clasificación se completaría con la inclusión de una categoría más: la de los *chistes sonoros*, esto es, aquellos sonidos contenidos en la pista sonora y que pueden constituir, por su naturaleza o por su combinación, motivo de humor o hilaridad. Sería el caso, por ejemplo, de músicas, ruidos fisiológicos o atmosféricos, etc.

d) Posibilidad / imposibilidad de la traducción en general

El propio Cervantes, en su obra maestra, dejaba entrever, en boca de su ingenioso hidalgo, que (al menos para él) no todas las lenguas son susceptibles de ser traducidas:

> "Pero con todo esto me parece que el traducir de una lengua a otra, como no sea de las resinas de las lenguas griega y latina, es como quien mira los tapices flamencos por el revés, que aunque se veen las figuras, son llenas de hilos que las escurecen, y no se veen con la lisura que y tez de la haz; y el traducir de lenguas fáciles ni arguye ingenio ni elocución, como no le arguye el que traslada ni el que copia un papel de otro papel. Y no por esto quiero inferir que no sea loable este ejercicio de traducir, porque en otras cosas peores se podría ocupar el hombre y que menos provecho le trujesen".
>
> (Cervantes, *Don Quijote*, II, LXII)

La simple lectura del pasaje resulta ya de por sí humorística, pero el análisis del mismo confirma la limitada visión de quienes postulan por la intraducibilidad del humor. Ortega y Gasset dejaba también de lado la dimensión estética de la

[2] Como ya señalamos, las posibilidades técnicas de modificación de la imagen podrían influir en este sentido.

traducción, en la que indudablemente se enmarca el humor. En la traducción del humor reside algo más que la simple existencia del enunciado, de la información lingüística, el sentido. Walter Benjamin (en López García, 1991 : 34) incide en este punto, afirmando que:

> "La traducción, en su propósito de comunicar algo, debe prescindir en gran parte del sentido, y el original ya sólo le es indispensable en la medida en que haya liberado al traductor y a su obra del esfuerzo y de la disciplina del comunicante".

e) Posibilidad / imposibilidad de la traducción del humor

Los rasgos que marcan la posible intraducibilidad de un episodio humorístico vienen determinados, en la mayoría de las ocasiones, por el carácter unidireccional de los códigos lingüísticos presentes en el discurso original, por la carga connotativa y denotativa con respecto a referentes cercanos, y en ocasiones exclusivos, de la cultura origen, por las limitaciones derivadas de la variedad lingüística de la lengua origen, por las impuestas por el marco en que se inscriben (gráfico, textual, audiovisual), o por componentes paralingüísticos colaterales a dicho marco.

Lendvai (1996) analiza diversos tipos de chistes intraducibles, que se estructuran en torno a patrones lexicosemánticos, sintácticos y contextuales, y culturales. En nuestra opinión, el propio análisis de dichos chistes, la estructuración y la determinación de su origen, sirven como herramienta fundamental al traductor para, en primer lugar, obtener un conocimiento detallado y profundo del episodio humorístico, con el que luego elaborar las estrategias más apropiadas que le permitan elaborar una traducción de los mismos. En este sentido, para nosotros, el concepto de traducción, en lo que respecta al humor, no equivale a la transposición literal del contenido lingüístico del enunciado original, cosa que conduciría, en algunos casos, efectivamente, a lo intraducible, con la consiguiente pérdida de sentido, de conocimiento, de efecto, de función. Consideramos, más bien, en la línea de lo aportado por otros autores (Campos, Chiaro, Delabastita, Díaz, Diot, Laroche, Laurian, Raphaelson-West, Whitman-Linsen, Zabalbeascoa), que los distintos tipos de humor son traducibles, aunque no siempre en la misma medida, ni de la misma forma, dependiendo de los diferentes contextos de los receptores de una lengua u otra, de una u otra cultura. Laroche (1989 : 15) se pronuncia en este sentido

manifestando que "*nul genre n'est spécifique d'une culture et tout peut se traduire, y compris l'humour*".

Con frecuencia se habla, al tratar de la viabilidad de transferencia, del sentido, del efecto, de la función, de la fiabilidad o la pertinencia de la traducción de ciertos tipos de textos, en los que se pone en duda la posibilidad de traducirlos. En la mayoría de los casos, los dos ejemplos que se suelen citar, equiparándolos a efectos traductológicos, y atribuyéndoles características propias, suelen ser invariablemente la poesía y el humor. Se suele argumentar que "no se pueden traducir" o que su traducción, por buena que sea, "no puede reflejar bien esa esencia poética o ese humorismo".

La polémica en cuanto a la traducibilidad o no del humor ha sido debatida por renombrados autores de distinta nacionalidad y trasfondo cultural y lingüístico. Así, mientras para Newmark (1982 : 107) todo chiste es traducible, Santoyo (1994 : 144) postula que "el chiste, y no sólo el basado en el puro juego de palabras, resulta en general intraducible", argumentando que la carga cultural o la idiosincrasia socio-étnica del humor de otra cultura u otro país, por el mero hecho de mediar una distancia con respecto a la cultura y la lengua término, conllevan un desinterés intrínseco, que implica la no traducción (y por ende, la divulgación, el conocimiento) de dicho humor:

> "salvo muy 'literarias' excepciones, el humor, el chiste y la comedia de un país no despiertan interés alguno en otro, y conviene recordar que sólo se traduce lo que interesa"[3].
>
> (ibid.)

En la traducción del humor, el profesional de la traducción no tiene que realizar necesariamente un ejercicio de fidelidad a la palabra, o incluso al sentido, sino que debe ser fiel también, y sobre todo, al trasfondo de los diversos referentes de la alusión o el comentario humorístico. Esto le lleva no tanto a respetarlos y mantenerlos, sino más bien a adaptarlos a elementos que, como en la lengua y la

[3] No estamos del todo de acuerdo con la afirmación de Santoyo, que a nuestro parecer no se corresponde totalmente con la realidad, como bien puede constatarse cada día por los medios de comunicación o los comportamientos sociales. Por otra parte, la observación empírica de la realidad nos muestra también cómo, en muchas ocasiones, y derivado de las modernas técnicas de mercadotecnia, no es necesario un interés del público por un producto para que este sea adaptado o traducido, sino que el proceso se invierte, extendiendo el producto y traduciéndolo a otras culturas y grupos sociales y motivando el posible interés. Además, la creciente mundialización (preferimos este término al anglicismo "globalización") hace que el desconocimiento de la otra cultura no sea tal, sobre todo en el caso de los productos audiovisuales procedentes de EE.UU.

cultura origen, son conocidos de antemano por el potencial receptor, a fin de asegurar una identificación con respecto a dichos elementos que garantice, en primer lugar, el reconocimiento de los mismos, y en segundo lugar, la reacción del texto origen a la intención humorística. No compartimos del todo en este sentido la opinión de Santoyo (1994), para quien cualquier procedimiento de sustitución o adaptación implica el automático cambio conceptual del proceso, que aun conservando la misma función y persiguiendo el mismo fin, queda desahuciado y pierde su condición de traducción:

> "Evidentemente, todos los elementos humorísticos "no traducibles" son (eso sí) sustituibles por nuevos elementos de la cultura de destino, que muy probablemente poco o nada tendrán ya que ver con el original. Si acaso, cumplen la función de sucedáneo. Claro que esto ya no es traducir, sino suplantar, sustituir, adaptar, o como quiera denominárselo" [4].
>
> (ibid.: 151)

El tratamiento y la consideración de la traducción del humor han sido, en la mayoría de los casos, y hasta recientemente, bastante marginales, identificando tradicionalmente su potencial estético con la poesía, equiparando sus características en cuanto a tipo de discurso o de texto intraducible. Newmark (1989 : 217) consideraba, no hace mucho, que "*the translation of puns is of marginal importance and of irresistible interest*". Afortunadamente, cada vez son más los estudios existentes al respecto.

Es relativamente fácil encontrar ejemplos de textos (incluimos aquí, claro está, los textos audiovisuales) en los que se ha llevado a cabo, con mayor o menor éxito y dificultad, la traducción de algún episodio humorístico.

En un interesante trabajo, Campos (1992 : 107-123) analiza los diferentes elementos presentes en el humor de los tebeos de Astérix (escritos y dibujados originalmente en francés), demostrando que su traducción no tiene por qué perder en carga y efecto humorísticos. Campos demuestra con algunos ejemplos cómo en algunas versiones, como es el caso de la inglesa, se consigue no sólo reproducir el humor, sino incluso superarlo en algunos pasajes:

> "en la versión inglesa (...) [los] traductores han realizado un ejercicio completo de análisis del humor francés y de sus efectos y lo han trasladado

> a la cosmovisión británica, con tal éxito que la obra en inglés no es ya una traducción, sino un producto nuevo que, al menos lingüísticamente, podría calificarse de superior al original".
>
> (ibid.: 120)

En este sentido, parece ser que al encontrarse con juegos de palabras en francés "intraducibles", los traductores optaron por intercambiarlos por juegos de palabras en inglés, manteniendo así la equivalencia de intención. Es evidente, en cualquier caso, que en el proceso de traducción de un texto humorístico el traductor se encontrará no sólo con elementos lingüísticos en principio intraducibles, sino también con elementos marcados culturalmente que pueden resultar (sobre todo si se trata de un texto audiovisual y el pasaje está subordinado a la imagen) intraducibles. En términos de "lealtad" y "fidelidad" al texto, en numerosas ocasiones probablemente la mejor de las soluciones sea, si lo que se persigue es una equivalencia comunicativa, un alejamiento de lo estrictamente textual. Whitman-Linsen (1992 : 129) apoya este punto:

> "*In fact, in order to be faithful to the spirit, being unfaithful to the letter is often the best alternative*".

Si seguimos este postulado, podemos plantearnos en buena lógica que todo aquel referente que escapa al conocimiento y la comprensión de los receptores de la lengua y cultura término no tiene, en principio, razón de ser (o quizá fuese más apropiado decir "de estar") alguna. Si, como acabamos de señalar, lo que se persigue es únicamente una equivalencia comunicativa, esta premisa tiene sentido. No obstante, existen otros factores que debemos tener en cuenta y que mediatizan la presencia de los referentes culturales: en primer lugar, estas referencias son las que aportan la cualidad contextual al texto, enmarcándolo en un contexto geográfico, histórico o social concreto. La pérdida o la supresión de las mismas supondrá una pérdida de identificación contextual. Por otra parte, si se opta por mantener su presencia, incluso si el receptor no establece una relación de la referencia con respecto a un sistema establecido y conocido, aún se puede conseguir un efecto didáctico. En este sentido, basta con recordar cuántos aspectos intrínsecamente culturales presentes en las películas norteamericanas hemos visto desde hace años, que no conocíamos al principio y nos resultaban chocantes y con el tiempo luego hemos ido reconociendo

[4] Esta postura de Santoyo supondría, por ejemplo, que los *idioms* tampoco son traducciones.

fácilmente[5]. La referencia cultural, especialmente en el modo de traducción audiovisual, puede, en este sentido, servir de instrumento didáctico y divulgador, contribuyendo a una universalización de conceptos (entendido como conocimiento mutuo), o de sistemas de códigos sociales y culturales y, por ende, a un acercamiento cultural[6].

f) Componentes de la traducción del humor en general

Podemos identificar dos componentes fundamentales que intervienen en la transposición del humor, y que inciden directamente en el grado de transferencia eficaz de dicha carga humorística. Así, encontramos un componente lingüístico y un componente cultural. Son numerosos los autores que coinciden en este punto, y la realidad apunta a que en realidad existe un vínculo de subordinación del humor a estos dos componentes, lo que implica, por otra parte, la existencia necesaria de un acervo de experiencia compartida entre hablante o autor original y destinatario. De ahí la influencia de los rasgos que puedan determinar la intraducibilidad a que antes hacíamos referencia. No basta con conocer un idioma para poder recibir con éxito, con una comprensión eficaz de los elementos en juego, de las reglas de cooperación necesarias, de la intención final, un chiste o un episodio humorístico. Chiaro (1992 : 77) arguye la indisolubilidad de lengua y cultura, y el hecho de que la existencia de un código lingüístico común sirve de poco si no media dicho acervo sociocultural compartido. En cualquier caso, ese acervo sociocultural no se extiende a un mismo contexto lingüístico compartido, sino que varía dependiendo de la demarcación geográfica y los contextos socioculturales de cada comunidad. Así, lo que a los españoles nos resulta gracioso o humorístico no tiene por qué tener el mismo efecto en una comunidad lingüística similar de Hispanoamérica, o viceversa; ni lo que para los británicos es motivo de hilaridad tiene que tener necesariamente gracia para canadienses, australianos o estadounidenses. El motivo principal subyace en el hecho de que dicho acervo se halla profundamente enraizado en cada comunidad. Ello no quiere decir que no existan "universales humorísticos". A nuestro modo de ver, no existen "chistes universales", sino más bien "temáticas" o "estructuras humorísticas *universales*" (sexo, crueldad, otras etnias o nacionalidades,

[5] Pensemos, por ejemplo, en la costumbre norteamericana de celebrar reuniones en los funerales, a los que los presentes llevan comida. Si no fuera por las vestimentas oscuras, uno podría incluso pensar que se trata de una fiesta. Otros ejemplos pueden ser los bailes de fin de curso o *Proms*, con todo el ritual y la parafernalia que implican, o la tradición familiar de fabricar una colcha con motivos representativos de las distintas generaciones familiares.

[6] Si bien en ciertos contextos esta idea equivale a un acercamiento cultural, en otros puede derivarse en una hegemonía cultural, que en un sentido extremo puede degenerar en un vacío cultural y una desposesión de los valores existentes. En este sentido la mundialización tiene mucho que ver, y los riesgos de imperialismo, cuando menos comercial, son evidentes.

desvalidos, fórmulas hechas del tipo "mamá, mamá…" o "toc-toc", etc.). El humor, como tal, sí es universal. Lo que no lo es es el lenguaje humorístico, ni los marcos de referencia. Así, los juegos de palabras de los pictogramas chinos y sus homófonos serán extremadamente difíciles de transferir al español, o al inglés. En cualquier caso, existirán lagunas o vacíos que no abarquen todas esas temáticas en algunas culturas, y algunas en las que determinados temas tengan una recepción más limitada, en función de su aceptabilidad social y cultural (como pueda suceder, por ejemplo, con los chistes sobre madres en Italia o los relacionados con la muerte o los muertos en numerosas comunidades del África subsahariana). Los códigos de aceptabilidad vendrán directamente determinados, entre otros factores, por las convenciones sociales imperantes en cada comunidad, sus relaciones y comportamientos hacia el resto de los habitantes de dicha comunidad y hacia los de las comunidades o países vecinos (estereotipos, justificados o no), los sistemas de valores existentes, y las características de los distintos estamentos políticos, económicos, religiosos, educativos, etc.

El grado de complejidad, y por ende, de éxito, en la transferencia del mismo, vendrá determinado en buena parte por el nivel de marcación de los componentes lingüísticos y culturales, y su interrelación, lo que exigirá una mayor elaboración (de creación, de imaginación, en suma), por parte del traductor. Ello no supone necesariamente la imposibilidad de la traducción. En este sentido, diferimos un tanto de Jakobson, para quien la equivalencia total en traducción es imposible (Jakobson, 1959, en Chiaro, 1992 : 84). En cualquier caso, podemos pensar que la "equivalencia parcial" (si entendemos por equivalencia la "igualdad en el valor, estimación, potencia o eficacia de dos o más cosas"[7]) no tiene sentido. Al igual que con cualquier otro tipo de texto, ante un texto humorístico (y/o audiovisual humorístico), el traductor (o quien realiza el encargo: cadena de televisión, distribuidora, estudio, etc.) ha de establecer un orden de prioridades de acuerdo al cual fijar los elementos y contenidos que se mantendrán y los que se decide modificar o incluso sustituir, no de forma caprichosa, sino de acuerdo a una justificación de la función que el texto persigue. No obstante, cabe matizar que probablemente las prioridades no sean las mismas que para otro tipo de textos, ni las estrategias empleadas tampoco (presiones externas, notas a pie de página, etc.)
A veces no son los elementos culturales o lingüísticos los que suscitan el humor. Incluso si estos se transfieren de un modo más o menos eficaz, el detonante puede

[7] Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, versión electrónica 21.1.0, Espasa Calpe, S.A. (1995).

no radicar en un referente histórico, literario, político, etc. común a la cultura del receptor, sino en una interpretación subjetiva a su propia existencia, esto es, la aplicación a algún episodio o situación personal con la que el individuo se siente identificado.

En este sentido, nos parece acertada y bastante completa la clasificación que hace Laurian (1989 : 13) sobre los tipos de conocimiento comunes a autor y receptor, y que son necesarios para la comprensión de chistes, bromas, historias jocosas o episodios humorísticos en general. En ella, Laurian sitúa una serie de presupuestos cognitivos específicos de situaciones de traducción del humor actual:

1. Referencias precisas de palabras. Este aspecto cobrará especial importancia en el caso de lenguas con referencias extralingüísticas inexistentes en la otra lengua.
2. Connotaciones precisas de palabras. (Sobre todo en los casos en los que la correspondencia de la connotación de una referencia no tiene nada que ver con las correspondientes a otra referencia en la otra lengua).
3. Homonimias, ambigüedades, dobles semantismos de cada lengua.
4. Percepción de semejanzas fónicas.
5. Formas de pensar, comportamientos, rasgos psicológicos propios o atribuidos a un grupo lingüístico.
6. Tipos de textos, tipos de estilos, tipos de publicaciones propias de un grupo lingüístico.
7. Valores (morales, religiosos, científicos, etc.) que marcan a los hablantes de una lengua.
8. Entorno social, político, económico, de un grupo lingüístico (actualidad e historia).

Así pues, un mismo texto en el que se incluyan referencias humorísticas, culturales y/o juegos de palabras podrá tener distintos grados de complejidad en su lectura y su recepción, que se corresponderán con la suma de conocimientos culturales y lingüísticos presentes en la traducción y reconocidos por el receptor.
A veces el grado de éxito o aceptación que pueda tener un comentario humorístico en su traducción, puede no depender exclusivamente de lo acertado o no de las estrategias traductológicas adoptadas, sino que puede estar determinado directamente por un vacío en el conjunto del conocimiento universal de la otra comunidad, en su visión del mundo, en la interpretación de los hechos y los

comportamientos. Se trataría, en este caso, de una diferencia en la interpretación objetiva de la realidad, compartida por un grupo social. Así pues, "*the strength of sociocultural knowledge overrides the importance of linguistic competence*" (Chiaro, 1992 : 83). Paralelamente a este aspecto habrá que tener en cuenta la importancia de la temporalidad (en términos de vigencia temporal) y, como hemos señalado, de la carga de conocimiento cultural en el receptor, sea quien sea, factores que determinarán decisivamente el proceso y marcarán el resultado en la recepción.

g) Limitaciones en la traducción del humor audiovisual

Desde un punto de vista académico y profesional, entendemos que esta es una parcela de la traducción que merece especial atención, en primer lugar por no haber sido tratada con demasiada frecuencia ni exhaustividad, y porque las condiciones que imponen una sociedad y unos mercados cada vez más activos e interrelacionados así lo exigen. El traductor debe llevar a cabo un análisis minucioso de estas referencias, que le permita acercarse con mayor determinación a su traducción, en lugar de dejar que su idiosincrasia se le escape entre los dedos o llegue sólo a medias al destinatario final.

La dicotomía traducibilidad-intraducibilidad a que antes nos hemos referido es uno de los debates más recurrentes en el mundo de la traducción. Las referencias culturales, y mucho más las subordinadas, constituyen sin duda uno de sus paradigmas más representativos. En nuestra opinión, y coincidiendo con autores como Snell-Hornby (1988), no se trata tanto del debate radical posible-imposible, sino de una gradación más sutil, que dependerá, entre otros, del contexto situacional, del tipo y el nivel de marcación cultural existente, y de la proximidad cultural entre los dos grupos de hablantes en cuestión:

> "*The extent to which a text is translatable varies with the degree to which it is embedded in its own specific culture, (...) with the distance that separates the cultural background of source text and target audience in terms of time and place*".
>
> (ibid.: 30)

El papel del traductor es el de intermediario cultural, en una labor creadora, desde la recreación, erigiéndose en una suerte de "embajador de las Naciones Unidas del Lenguaje". La traducción de las referencias culturales, y más si están enmarcadas en un contexto humorístico y/o audiovisual, no consiste sólo en vencer las dificultades y problemas lingüísticos, sino en superar los de carácter cultural. Es ahí

precisamente donde se revelan las cualidades, los requisitos necesarios en un traductor, sobre todo en los profesionales de la traducción audiovisual, un mundo tan rápidamente cambiante: el vasto conocimiento teórico, el dominio lingüístico perfecto, de poco sirven sin una experiencia y un conocimiento actualizados de las culturas implicadas en el proceso. Es ahí donde la referencia cultural subordinada no se subordina, sino que se rebela y amotina, imponiendo su mandato, donde el profesional de la traducción, en un ejercicio constante de actualización cultural, debe lucir sus mejores artes de guía para llevar esa trashumancia del trasvase cultural a término funcional.

En la producción de un comentario jocoso o un chiste intervienen numerosos factores. Dicho comentario se enmarca en un determinado contexto, en el que figuran personajes, características ambientales, ideas, palabras, etc. que se articulan y entremezclan de un modo especial para producir el efecto humorístico perseguido. En la traducción del mismo comentario jocoso o chiste se añaden algunos elementos que complican exponencialmente el proceso de producción. El traductor se convierte ahora en el nuevo humorista, encargado de salir a escena y reproducir un contexto, una situación, unos personajes, unas ideas, unas palabras, para una audiencia distinta, con unos códigos distintos. El texto término se vuelve origen y la naturaleza del mensaje exige algún tipo de transformación, que va a depender del tipo de receptor y de su contexto.

Entre los elementos que influyen o incluso limitan la traducción audiovisual, no sólo del humor, sino de las alusiones o referentes de contenido cultural que se imbrican en el texto audiovisual tenemos la imagen, que mediatiza de forma determinante dicho texto y su traducción, el ruido (distinguiremos entre ruido de fondo y ruido cultural), la diacronía, esto es, el efecto del contexto y la marcación espacio-temporales sobre el texto y su traducción, la traducción de los títulos de las producciones audiovisuales, que suponen con frecuencia el primer contacto e información para el espectador, y el lenguaje tabú. La imagen y el ruido, y lo que en ellos se contiene, forman parte de los elementos a los que el texto (en tanto que diálogo puro) está subordinado.

(i). Imagen

El tratamiento de las referencias culturales, o marcadores socioculturales, ha sido siempre motivo de debate, investigación, acierto, ensayo y error en el proceso de

traducción de un texto. Se ha escrito mucho sobre las referencias culturales, pero aquí nos referimos sólo al objeto de nuestro análisis, el humor, en cuanto a su relación con el mismo como fuente o punto de articulación. A lo largo de los años diversas han sido las perspectivas adoptadas, tantas como análisis y enfoques, desde los de corte más lingüístico, a los etnológicos y antropológicos como los de Malinowski, pasando por los históricos o los comparativistas históricos.

La referencia cultural, hecho voluble, intangible en ocasiones, denso y profundo en otras, está indefectiblemente ligada a la lengua, a los valores y estructuras, a connotaciones históricas, religiosas o políticas de una determinada comunidad social, enmarcado todo ello en una localización espacial y temporal concreta.

El concepto de *constrained translation* empezó ya a ser esbozado por Titford a principios de los años ochenta (1982), aplicado a la subtitulación fílmica, y más tarde sería hábilmente perfilado por Mayoral, Kelly y Gallardo (1988). El concepto inicial se estructura sobre el principio de que el texto es sólo uno de los elementos del mensaje, al que contribuyen otros componentes (diálogos hablados, imágenes, ruidos de fondo, música, texto en imagen), con lo que la dimensión de dicho mensaje no se circunscribe tan sólo a lo lingüístico, sino que coexisten diferentes sistemas de comunicación, visuales y auditivos. La relación entre ambos sistemas es tan estrecha y dependiente que en el proceso de traducción de este tipo de "textos" no puede desligarse lo lingüístico (más o menos voluble, "manipulable", si se quiere) de lo no lingüístico y más o menos inmutable, con lo que de posible interferencia diversa, cultural en el caso que nos ocupa, pueda tener. Mayoral, Kelly y Gallardo (1988) exponen en su trabajo con claridad y precisión los diversos grados de subordinación presentes en los diferentes tipos de traducción (prosa, publicidad, cómic, canciones, subtitulación y doblaje), de los que los máximos grados de subordinación se dan precisamente en estos dos últimos. Es a las referencias culturales presentes en estos tipos de traducción audiovisual a las que nos vamos a referir en este trabajo.

A la hora de traducir las referencias culturales con que nos encontramos en un texto de prosa podemos adoptar, según la situación, diversas estrategias para intentar combinar intencionalidad, lealtad y funcionalidad. Esto se complica de manera exponencial cuando se trata de traducción subordinada, audiovisual en este caso, con presencia de humor, donde el texto representa sólo uno de los elementos del mensaje o constituye una etapa intermedia en la dramatización o elocución de un enunciado (Titford 1982; Mayoral, Kelly, Gallardo; 1988). Cuando el elemento

humorístico se encuentra subordinado a la imagen, o motivado principalmente por esta, la primera deducción nos lleva a pensar que esas instancias humorísticas quedarán irresolubles en el proceso de traducción, al mantenerse inmutables: por el momento parece que no se pueden sustituir las imágenes por otras[8]. No obstante, los avances tecnológicos en el campo audiovisual empiezan a permitir la inclusión o sustitución parcial de imágenes en las producciones audiovisuales. Esto ya se hace, por ejemplo, con la publicidad estática presente en determinados acontecimientos deportivos (fútbol, automovilismo, baloncesto). Para muchos la idea de la manipulación de los elementos semióticos visuales puede parecer aberrante, pero es muy posible que con los nuevos formatos audiovisuales (DVD, MPEG-2, por ejemplo) esto se convierta en práctica habitual, a fin de adecuar el producto a diferentes audiencias, en una suerte de producto audiovisual personalizado (ya sea a los gustos del receptor o del emisor, en tanto que preferencias existentes o motivadas).

La particularidad de la traducción audiovisual (doblaje, subtitulación), es que existe un soporte visual dinámico, en movimiento, que determina de un modo absoluto el proceso de trasvase comunicativo de una lengua y, sobre todo, de una cultura a otras. Todos los rasgos étnicos, religiosos, políticos, etc., propios no ya de una comunidad hablante, como pueda ser el inglés o el español, sino de una comunidad cultural, se imbrican en el icono, en la imagen, condicionando el producto traducido final. En palabras de Whitman-Linsen (1992 : 125):

> "*the problem is that the image is inviolable. Scenes cannot be re-shot for the sake of confronting the new audience with familiar setting and stories*"[9].

Al menos en el caso audiovisual, la imagen no se puede cambiar (como hemos señalado, por el momento), por lo que cuando, por ejemplo, aparezcan imágenes de la familia *Simpson* discutiendo sobre la conveniencia de comprar o no en el *Kwik-E-Mart* (en alusión a los K-Mart, un tipo de supermercados de EE.UU.) del pueblo, no podremos cambiar los dibujos por otros con la imagen de un supermercado *Día*. La serie *Los Simpson*, repleta de alusiones, estereotipos y constantes interpretaciones de la sociedad y la civilización de los Estados Unidos, supone, por sus características,

[8] No obstante en el pasado ha habido casos, como sucedía en películas en las que en la versión original aparecía en primer plano en pantalla una carta con texto en idioma distinto al español, y en la versión doblada se sustituía ese metraje por otro en el que aparecía una carta con texto en español.
[9] Al contrario de lo que sucedía en las versiones múltiples de los años 30.

uno de los mayores retos para el traductor. La traductora de esta serie al español peninsular ha hecho, en nuestra opinión, un gran trabajo, sabiendo detectar y adaptar gran parte de esas alusiones. Esta serie es paradigmática, en cuanto al humor y a las referencias culturales, por muchos motivos, que pueden aplicarse directamente a otras producciones audiovisuales del género. La complejidad de la intertextualidad de las referencias entrecruzadas en la serie permite al espectador numerosas lecturas, a distintos niveles. Uno puede llegar a la fácil y errónea conclusión de que simplemente se trata de una serie de dibujos animados para niños, sólo porque el soporte audiovisual es una forma tradicionalmente infantil, el dibujo animado. Los personajes representados en la serie responden típica y tópicamente a estereotipos, hiperbólicamente mostrados en la mayoría de los casos, lo que significa precisamente una crítica a los estereotipos mediante la sátira y la parodia. La animación actúa como potenciador de la creatividad del contenido de una brillante parodia social y política que muchos de los propios estadounidenses no llegan a captar. Se podría pensar (y de hecho hay mucha gente que así lo estima), al igual que con los Hermanos Marx, que *Los Simpson* son simplemente una serie de personajes tontos con situaciones tontas y absurdas. Pero no es así, la estupidez, lo absurdo, casi ramplón, de los personajes y las situaciones mostradas están respaldados por un densísimo fondo de referencias culturales, de juegos de palabras y de ideas que operan en varios niveles. Las referencias intelectuales y culturales presentes pueden sugerir una intención excluyente o exclusivista hacia el espectador de la L/CO como para el de la L/CT que, en nuestra opinión, no debe ser interpretado como tal, sino más bien en forma de texto que permite numerosas lecturas, dependiendo del grado de comprensión de las alusiones. Eso no significa que el humor presente en los Hermanos Marx o los Simpson sea siempre un humor puramente intelectual. La realidad evidencia que también se estructura en un humor más fácil. Pero es evidente que el humor subyacente en estos casos, y más particularmente su éxito, reside en la identificación de los referentes y su comprensión. La gracia, el humor, se desencadenan a partir de esa identificación y la comprensión completa de los mismos. Ello implica, necesariamente, un conocimiento más o menos profundo de la cultura en la que se imbrican, como señalamos al respecto de los conocimientos y presupuestos cognitivos específicos de situaciones de traducción del humor actual a que Laurian se refiere: así, cuando Bart Simpson va de camping con su padre y le pide una cerveza, Homer, su padre, le responde "*Now, son, you don't want to drink beer. That's for daddies and kids with fake IDs*" (en el episodio *The Springfield Files*, cuyo título ya avanza una parodia de la serie de ficción *The X Files*, *Expedientes X*). El mensaje de la alusión cultural

reside en que en la mayoría de los estados de Estados Unidos es necesario probar, mediante la correspondiente identificación, que se es mayor de 21 años para poder comprar o consumir alcohol en público. Pero el humor no sólo reside en esa mención, sino también en el hecho cultural de que se revela que es un hecho socialmente conocido y hasta aceptable que los niños beban alcohol con tal de que tengan una identificación que les respalde, aunque sea falsa. Lo interesante del humor de personajes o tipos de humor como los de los Marx es, pues, que el humor sólo se hace presente y se manifiesta claramente si se producen la identificación y la comprensión a que antes nos referíamos. En principio, esto implicaría la deducción lógica de que cuanto más conocedor o familiarizado esté el receptor con la cultura origen, mayor será el grado de transferencia positiva de los referentes y las alusiones y del humor. El traductor, pues, se encuentra ante la increíblemente difícil situación de tener que identificar en primer lugar esas alusiones, y luego establecer las estrategias más convenientes para poder ofrecer las mismas sensaciones a los receptores de la L/CT.

Podemos decir que, de algún modo, el humor de los Hermanos Marx es, como el de los Simpson, muy democrático, en el sentido de que es accesible a todos los espectadores, ofreciendo varios niveles de comprensión y humor para distintos niveles de identificación y comprensión de los receptores.

Como vemos, algunas series de televisión, especialmente las denominadas "comedias de situación", deben su aceptación y éxito en el país o la cultura de origen precisamente al hecho de que permiten al receptor (espectador, en este caso) una identificación clara e inmediata con el referente cultural expuesto. Esa marcación cultural, ya sea en forma de comportamiento social (por ejemplo, en la famosa serie estadounidense *Seinfeld*, donde los personajes aparecen con frecuencia discutiendo airadamente con la camarera de un *diner*, un tipo de restaurante típico en EE.UU.), de identificación nacional (como en referencias muy determinadas culturalmente y enmarcadas en un código específico más o menos políticamente correcto o eufemístico: *African-American, Asian-American, Caribbean-American, Hispanic-American, Native-American*, etc.), de marcación institucional (el uso de determinadas instituciones: *Tonight Show with Jay Leno, Old Bailey, Prom* o *Halloween* con sus rituales y costumbres, términos deportivos autóctonos como *home run* o *touch down*, etc.), implica por un lado una dificultad añadida para el traductor, sí, pero por otra parte supone un valor añadido de difusión y conocimiento de las referencias culturales en cuestión en los receptores de la lengua

y cultura meta, aunque estas lleguen difuminadas y dispersas en cierto modo por la natural e inevitable pérdida de contenido y carga de identificación cultural. Es aquí precisamente donde el traductor se erige, parafraseando a Hatim y Mason (1997), en comunicador. Como hemos señalado, también cobra gran importancia el simbolismo semiótico de los referentes sexuales, políticos, étnicos (negros, indios, latinos) o religiosos (judíos, católicos irlandeses o italianos) en un contexto cultural subordinado concreto, como es el caso de las series y películas americanas.

(ii). Ruido

El ruido cultural (entendido como el grado de presencia de elementos culturales externos al contexto cultural del receptor) es, como decimos, inevitable, pero su presencia es, en nuestra opinión, garantía de trasvase cultural y certificado de comunicación. El grado de ruido, o trasvase de comunicación efectiva, vendrá determinado por la presencia, frecuencia, conocimiento, familiaridad y *permeabilidad estereotípica* de los receptores de la lengua y cultura metas. Acuñamos este término como el nivel de disposición o actitud social de receptividad de los receptores (espectadores) hacia la progresiva disolución o asimilación de marcadores estereotípicos socioculturales. La frecuencia de aparición y el factor tiempo (la evolución diacrónica) calan en esa permeabilidad del receptor, que en muchos casos acaba reconociendo determinados elementos ajenos a la propia cultura o contexto social, incorporándolos a los propios esquemas lingüístico-culturales. Podríamos decir en este sentido que "la cultura es *contagiosa*"[10].

Algunos estereotipos propios o endémicos de un país han traspasado la esfera de los límites del contexto cultural, gracias a la difusión y transferencia que de ellos hacen los medios de comunicación, extendiéndose a otros contextos culturales o países, de modo que el símbolo o el icono se ha incorporado a un contexto diferente, manteniendo una finalidad similar (por ejemplo, el uso de lazos rojos, negros, verdes o rosas como símbolo de reivindicación o lucha por alguna causa: sida, luto, aceite de oliva, cáncer de mama.

Las referencias culturales en el medio audiovisual, ya sea doblaje o subtitulación, encuentran muy diferentes formas de tratamiento. Así, por citar un ejemplo

[10] Pensemos, si no, en grandes actos de "contagio cultural" a lo largo de la Historia: por ejemplo, hoy conocemos productos como la patata, el chocolate o el tabaco porque han sido objeto de un trasvase cultural, y una asimilación.

extremo, en el doblaje simultáneo que se realiza en algunos festivales de cine o en el caso de muchos países del Este de Europa, en el que no existe casi ningún tipo de convención ni se atiene a criterios de sincronía fonética, de contenido, o de caracterización, el espectador se encuentra con una sola voz encargada de verbalizar en la lengua término todos los diálogos de todos los personajes, a quienes se escucha de fondo en el idioma original. El resultado es, obviamente, cuando menos desagradable y poco definido desde el punto de vista informativo: se pierde el contenido y la caracterización al encargarse una sola voz, generalmente masculina, de todos los personajes, lo que conlleva la consiguiente pérdida de contenido e información en general, y cultural en particular. Tampoco existe sincronía fonética alguna, con una presencia constante de ruido de fondo (la banda sonora original), que a su vez aumenta la perturbación del ruido cultural. La imagen y el texto en imagen (cuando existe) quedan como únicos referentes para poder discernir alguna indicación relacionada con la referencia cultural, resultando en una compresión limitada, un trasvase cultural y comunicativo fallido, y en una pérdida de mensaje.

En otras ocasiones, la referencia cultural de contenido, de mensaje, puede quedar perfectamente cubierta en el trasvase puramente traductivo, pero aparecer limitada en aspectos colaterales e inherentes a la cultura, como en el caso del doblaje de ciertas películas o series de origen estadounidense al español. Así, en las series *Miami Vice* (*Corrupción en Miami*) y *The X-Files* (*Expediente X*), se decidió cambiar la caracterización de las voces de los personajes, atendiendo a criterios de caracterización cultural y vistiendo a los protagonistas que aparecen con voces mucho más viriles que en el original. Que sepamos, este criterio se ha seguido al menos en España, Italia y en varios países de Latinoamérica, con el argumento de que "la caracterización de las voces originales no era propia de la cultura término"[11].

(iii). Diacronía

Aplicando el modelo funcional de Reiss y Vermeer (1996 : 133-135) al ámbito de la traducción audiovisual, podemos distinguir, por una parte, el contexto situacional, y por otra el contexto sociocultural.

El primero está caracterizado principalmente por la dualidad espacio-tiempo. El lugar y el momento en que se produce un texto (audiovisual, y humorístico, en el

[11] Información obtenida en comunicación personal con traductores que participaron en el proceso de traducción de las series, a través del grupo de debate en internet LANTRA.

caso que nos ocupa) difiere, en mayor o menor grado, del lugar y el tiempo de recepción del mismo. Este desfase de situación comunicativa unificadora puede desembocar en una situación de comunicación unilateral en el caso del texto escrito, donde el receptor no cuenta con recursos no verbales que le confirmen o informen de los objetivos comunicativos del autor. En un texto audiovisual esto queda mejor compensado, mediante el lenguaje gestual, la entonación, escenografía, etc. Esta situación se complica en la LT según el proceso de traducción audiovisual utilizado (doblaje o subtitulación).

Frente al anterior distinguimos el contexto sociocultural en el que se enmarca el TO, y que es distinto al del TT, ya que "los conocimientos socioculturales previos y de fondo de ambas culturas apenas coinciden, incluso tratándose de (grupos de) receptores análogos" (Reiss y Vermeer, 1996 : 135). La noción de contexto situacional de estos autores, pues, difiere un tanto de la desarrollada por el antropólogo Malinowski, para quien el "contexto de situación" no era sino el conjunto de todos los actos culturales que rodean al acto de producir y recibir un texto.

La marcación espacio-temporal de la referencia, en el marco del contexto sociocultural del soporte subordinado, es pues otro elemento en juego. El impacto de las referencias culturales incluidas en una serie sobre Vietnam o en la película *Salvar al soldado Ryan* (*Saving Private Ryan*, Steven Spielberg, 1998) no es el mismo para un hispanohablante que para un estadounidense. En un sentido parecido, a la inversa, podemos comentar el ejemplo de la película española *Airbag* (Juanma Bajo Ulloa, 1997). Es esta una película extremadamente marcada desde el punto de vista cultural, que puede llegar a resultar incomprensible en un primer momento vista en versión original, y casi intraducible. El doblaje puede reflejar la información social, cultural o humorística contenida en el film, aunque sólo hasta cierto punto, dada la constante presencia de referencias culturales, muchas de las cuales pasan desapercibidas no ya a foráneos, sino incluso a oriundos hispanos. Así, la presencia de un *lehendakari* negro en una boda de una familia acomodada vasca puede parecer en principio tan sólo un chiste visual basado en el humor del absurdo. Sin embargo, la referencia cultural es mucho más profunda, con una gran carga de crítica política y social (incrementada si tenemos en cuenta que el propio director es vasco)[12]. Tampoco quedaría mejor explicitada de modo escrito en una versión

[12] El episodio parodia unas polémicas declaraciones del actual dirigente del Partido Nacionalista Vasco, en el sentido de que los vascos son una raza aparte con la sangre más pura de Europa.

subtitulada, al contrario, la pérdida seguiría existiendo. Algo similar, aunque en otro contexto completamente diferente, puede suceder con las películas de Woody Allen, repletas de referencias culturales muy acentuadas. Las alusiones a Nueva York son constantes, a determinados principios y valores de la sociedad americana, y más concretamente de cierto estrato sociocultural judío progresista medio. La identificación de nombres, instituciones, lenguaje, situaciones, lugares, etc. en la cultura origen es inmediata, pero en la traducción se produce un desfase de transmisión a la cultura meta, no sólo a la lengua de destino, sino incluso en el seno del propio idioma, hacia un contexto sociocultural diferente o ajeno al entorno del autor. En todo caso, Woody Allen es uno de los pocos directores que, junto a Bertolucci y los ya desaparecidos Fellini y Kubrick, se preocupan por el trasvase cultural de sus películas, y lleva un cierto control sobre el proceso de doblaje y subtitulación, lo que supone una cierta garantía en términos de calidad y supervisión del producto audiovisual final. Queremos insistir en la necesidad de supervisión, por parte de las diversas instancias que intervienen en el proceso de traducción de un texto audiovisual, de la traducción, a fin de conseguir niveles aceptables de calidad del producto final traducido.

Por otra parte, y en el contexto de los realizadores de películas, vale la pena mencionar que muchos directores son conscientes de que sus películas se van a exportar y a traducir a otros idiomas, por lo que intencionadamente minimizan en ocasiones las posibles referencias oscuras.

Coincidimos, no obstante, con la afirmación de Toepser-Ziegert (en Whitman-Linsen, 1992), refiriéndose a las alusiones o referencias marcadas culturalmente:

> *allusions with near meaning only to the source language audience, have no equivalent in the target language and cannot be expected to be familiar in their original form, for example, the Boston Tea Party. (...) however, [there is a certain scope] for references which, owing to their widespread usage and exposure, can still be retained in the translated text, for example, the House of Lords. Moreover, many of the culturally linked references are retained since they serve the function of conveying the flavor of the local milieu.*
>
> (ibid.: 133)

Al hablar de efectividad funcional y de la vigencia temporal de la traducción, discrepamos, en cierto modo, de opiniones que propugnan las limitaciones de determinados procedimientos de traducción en la traducción subordinada. En este

sentido, Mayoral (1995) opina que "la equivalencia cultural ve sus posibilidades muy reducidas dado que la existencia de la imagen marcada culturalmente provoca casi siempre incompatibilidades culturales apreciables por el espectador con suma facilidad y que pueden terminar con la verosimilitud de la película". Nosotros pensamos que esto es cierto hasta cierto punto. La tendencia actual generalizada, especialmente en traducción audiovisual, gira en torno a buscar una traducción efectiva o funcional (Fuentes, 1997). Esta puede ser en forma de reformulación completa del pasaje marcado culturalmente y donde se consigue la reacción cultural, por ejemplo humorística, en ambos receptores. Esto plantea, en primera instancia, una reflexión sobre su aplicación a las obras canónicas frente a obras comerciales, o el doblaje frente a la subtitulación, que no es objeto de este trabajo.

Esta es, a nuestro modo de ver, una solución correcta y funcionalmente ideal, pero ¿hasta qué punto se trasciende el símbolo, la institución (la que representan, por ejemplo, los Hermanos Marx, su humor) y se convierte su humor en otro tipo de humor distinto? El traductor decide, en principio y en todo caso, seguir al máximo las características del tipo de humor en cuestión.

Por otra parte, la adopción de estrategias de traducción que se inclinen por un procedimiento explicativo o por la sustitución de determinados elementos lingüísticos o culturales por otros más cercanos a la L/CT depende también de: a) el tipo de texto audiovisual (género, densidad, tono, temática, color), b) el momento cronológico en que se ha llevado a cabo la traducción (donde incidirán directamente los condicionamientos históricos, sociales y políticos de la comunidad o el país en que se inscriba), y c) la modalidad de traducción (doblaje o subtitulación). En el caso de nuestro corpus, se trata de una producción audiovisual que data de los años 30 y, a pesar de la cierta intemporalidad de la temática y de los personajes, es evidente que la recepción queda determinada por el tipo de receptores (espectadores), su edad y trasfondo cultural y social y su procedencia geográfica. Este en cualquier caso, es un aspecto que merecería por sí solo un estudio aparte y debería ser objeto de trabajos posteriores.

(iv). Los títulos de las producciones audiovisuales

Los títulos de series de televisión o películas tampoco escapan a las limitaciones del medio y pueden influir decisivamente en la recepción (sobre todo en un primer momento) del producto audiovisual (Fuentes, 1996). Un ejemplo de ello lo tenemos en la película *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*, 1976). La

función descriptiva o referencial de Nord (1994), describe el texto o alguno de sus aspectos extra o intratextuales. Esta función es muy interesante desde el punto de vista de la traducción, y más concretamente de los aspectos metalingüísticos o temáticos que encierra el título original, ya que el bagaje cultural del receptor de la cultura meta puede diferir grandemente del de la cultura origen. Así, en la película *All the President's Men*, se optó por una traducción literal del título (*Todos los hombres del presidente*), quizá perdiéndose en la cultura meta la clara alusión del título a la frase de *Alicia en el país de las maravillas* ("Humpty Dumpty sat on a wall / Humpty Dumpty had a free fall / all the King's horses / and all the King's Men / couldn't put Humpty together again"). En la misma línea, tenemos un chiste del humorista gráfico Gary Larson, dibujante del conocido *Far Side*, donde se muestra a un huevo gigante roto con la cara de Humpty Dumpty dibujada en él, y del que sale un fiero pájaro prehistórico que mira mal a dos soldados. Uno de ellos le dice asustado al compañero "*Look…You wanna try putting him back together again?*". El receptor anglosajón capta inmediatamente la referencia, pero una traducción literal puede dejar impasible al lector de otra lengua / cultura meta, hispano en este caso. Las referencias propias y cercanas a la cultura origen presentes en el título pierden capacidad semiótica y significado cultural en el trasvase o en la adaptación al nuevo título, cuando no se pierde por completo al darle uno nuevo y diferente. El espectador americano tendrá un referente informativo inmediato al ver que una película se llama *Air Force One* (1997) (nombre del avión presidencial estadounidense) o *Murder at 1600* (1997) (el número 1600 de Pennsylvania Avenue es la dirección de la Casa Blanca, residencia del presidente de los Estados Unidos), algo que escapará en primera instancia en español, donde se ha mantenido en inglés. Otro tanto ocurriría si se hubiera optado por la traducción literal de *The Gingerbread Man* (*Conflicto de intereses*, 1997). Como vemos, este aspecto reviste una importancia capital tanto en la función apelativa inicial de la producción audiovisual como en el proceso de comprensión y recepción del texto audiovisual, sobre todo en el caso de textos con importante carga humorística.

(v). Lenguaje tabú

El lenguaje tabú es otro factor muy interesante a tener en cuenta en la traducción de los referentes culturales o sexuales. Los distintos idiomas articulan sus expresiones de lenguaje tabú en torno a sistemas de referencia diferentes. Así, en alemán estas expresiones se circunscriben casi exclusivamente a códigos de índole escatológica, en inglés sucede algo parecido, además de utilizar distintas derivaciones de contenido sexual sobre el grupo semántico y lexemático "*fuck*". El

español, por el contrario, utiliza sistemas de referencias pertenecientes a las esferas de la religión, la familia y el sexo. Ilustrémoslo con un ejemplo: en la película de Quentin Tarantino *Pulp Fiction* (1994), el tratamiento del lenguaje tabú es completamente distinto en las versiones original y doblada. En nuestra opinión, hay más diversidad y riqueza lingüística en la versión doblada. Existe una mayor carga fática. En este caso, de algún modo, se completa el círculo, ya que según parece el film está basado en una novela latinoamericana escrita originalmente en español y ambientada en Colombia[13], y el lenguaje original posee una carga fática y una marcación cultural obviamente mucho más parecida a la de la versión doblada en español final.

En español, pues, el tratamiento que se hace del lenguaje tabú no es el mismo en España que en Hispanoamérica, y es algo que se aprecia de un modo muy directo en las traducciones de las producciones audiovisuales. Se puede decir que en España no existen límites a la hora de desplegar la diversidad léxica del lenguaje tabú en las películas o series traducidas, tanto en el doblaje como en la subtitulación. Frente a esto, en Hispanoamérica el uso es muy distinto: por ejemplo, algo tan inocente en España como el vocablo "culo" está muy mal visto en países como Colombia, donde prefieren "colita" (que a su vez puede tener connotaciones diferentes en España). El doblaje no es el único modo de traducción donde se aprecian estas diferencias. En la subtitulación de películas y series en los países americanos de habla hispana a veces se opta por el recurso de traducir el insulto o palabrota en forma de símbolos (por ejemplo, "maldito @#*ψ")[14], manteniendo el insulto en la banda sonora original. Esta práctica supone una eufemización de estas expresiones (que siguen presentes aunque sea de un modo subliminal, dejando a la imaginación del espectador la tarea de colocar el vocablo que prefiera), y una infratraducción del mensaje.

h) Referentes culturales contextuales y TAV

Bovinelli y Gallini (1994: 89-98) agrupan el conjunto de referentes culturales contextuales para la modalidad del doblaje cinematográfico en seis categorías sobre una serie de ejemplos sacados de textos audiovisuales traducidos para doblaje en Italia. Las autoras establecen el siguiente esquema de categorización:

[13] Según los críticos de cine del programa de radio *El cine de "Lo que yo te diga"*, de la Cadena SER (1998).

[14] Cadenas de televisión de gran difusión en el mundo hispano como MTV y Galavisión siguen esta práctica.

1. Nombres de localidad geográfica [locativos, topónimos].
2. Unidades de medida.
3. Instituciones.
4. Comidas y bebidas.
5. Juegos y entretenimiento.
6. Proverbios y dichos [refranes, proverbios, canciones populares, etc.]

Las autoras señalan que han podido constatar que las versiones dobladas de las películas (en Italia, se entiende) tienden a traducir los elementos culturales correspondientes a estas seis categorías mediante otros elementos pertenecientes a la misma categoría, pero considerados más familiares para los receptores de la cultura término. Una simple observación empírica de diversas producciones audiovisuales (teleseries, largometrajes, documentales) nos muestra que, al menos en España, no sucede lo mismo de un modo mayoritario. Achacamos este fenómeno principalmente a factores profesionales, como la poca preparación de muchas de las personas que llevan a cabo las traducciones, limitaciones de tiempo para realizarlas, con la consiguiente imposibilidad de corrección, el poco o nulo reconocimiento de la profesión y la labor de la traducción audiovisual, etc. (como lo atestigua, por ejemplo, el hecho de que en Italia los nombres de los traductores y de las personas que realizan el proceso de doblaje aparezcan en los títulos de crédito de la gran mayoría de las producciones audiovisuales extranjeras). Si bien la categorización de Bovinelli y Gallini no es exhaustiva, sino más bien generalista, y se restringe a la modalidad del doblaje, es ilustrativa de algunas categorías de referencias culturales contextuales en los textos audiovisuales. En cualquier caso, nos parece muy limitada, y no queda del todo claro si lo cultural se limita tan sólo a lo tangible.

Pero el contexto es omnipresente, tanto en el TO como en el TT. No puede existir una situación de vacío contextual. El discurso (y tanto o más el discurso humorístico) está supeditado a todo un mundo complejo y hasta un tanto amorfo de factores relevantes, desde las palabras que rodean a la idea o concepto principal hasta elementos de las esferas histórica, social, psicológica, lingüística, etc. en que tiene lugar la acción. Toda esta serie de elementos se entrecruzan formando un tejido que conocemos como contexto cultural, donde el acervo de conocimientos, tradiciones y convenciones de muy diverso contenido se estructura de un modo bien organizado y se integra en el idioma, que no deja de ser el fruto, el producto de la cultura de un grupo o una comunidad. En este punto el traductor se revela como vehículo de relación entre los distintos contextos, el de la cultura origen y sus

receptores, y el de la cultura término y sus usuarios. Ese conjunto, la interacción de los distintos elementos, tradiciones, referencias, convenciones, instituciones y dominios del conocimiento determinará el grado de aceptabilidad de lo que se comunica. El contexto puede influir en la aceptabilidad de un discurso, de un tipo de texto, mejorándola (hay frases o textos que resultan extraños de forma aislada pero que enmarcados en un contexto determinado adquieren relevancia) o disminuyéndola (un texto o frase puede ser válida aisladamente pero puede disminuir su aceptabilidad al inscribirlo en una situación o contexto concreto).

Zabalbeascoa (1993 : 265-266), por su parte, enumera una serie de factores cuya importancia es decisiva a la hora de llevar a cabo la traducción del humor audiovisual (en televisión). Frente a estos factores surgen una serie de restricciones que pueden repercutir negativamente en la transferencia del producto y en la recepción final de la nueva versión en la L/CT:

a) Los receptores del chiste o pasaje humorístico han de compartir un "marco de cultura y conocimiento referencial" claramente definido. Este es el acervo a que nos referíamos anteriormente. Los posibles problemas que puedan derivarse en este sentido vendrán dados por la posible ausencia de dicho acervo (o si existe, que no alcance la densidad suficiente), lo que redundaría en una disminución del nivel de apreciación satisfactoria. El grado máximo de no compartimiento del acervo puede suponer la no identificación y apreciación del humor.
b) Un sistema de valores morales, sociales y culturales compartido por los receptores. En realidad, este factor está incluido en el anterior, del que se deduce naturalmente. Este factor es especialmente importante si el objetivo o el resultado del pasaje humorístico es la carcajada abierta, y no la simple identificación del mismo, sobre todo si dicho pasaje responde a algo más que un mecanismo puramente lingüístico. Evidentemente, las características ideológicas y la naturaleza de la intencionalidad del chiste determinarán el nivel de hilaridad, en función de que los receptores de la L/CO compartan en mayor o menor medida el conjunto de valores con los de la L/CT. El traductor deberá decidir si se debe adaptar la intencionalidad original (efectuando los ajustes oportunos en los niveles culturales necesarios) o bien, en la línea de lo que señalamos anteriormente, intentar reflejarlo como es, con lo que de valor divulgador

tenga, siempre consciente de las posibles pérdidas connotativas que puedan derivarse.

c) El establecimiento de paralelismos entre distintas categorizaciones de chistes o episodios humorísticos. Esto permitirá al traductor, en numerosos casos, disponer de un recurso útil que posibilite la asignación de un mecanismo humorístico de la L/CO a otro similar (que, en nuestra opinión, puede adecuarse por su efecto o sus características), en la L/CT.
d) El desarrollo de esas mismas categorizaciones en los dos contextos (L/CO y L/CT), a modo de base de datos de chistes o recursos humorísticos, permitirá la localización funcional de equivalentes comunicativos en el trasvase. Este procedimiento puede resultar especialmente útil para profesionales de la traducción que no cuenten con un reservorio de chistes o recursos humorísticos lo suficientemente extenso o no conozcan los entresijos de la mecánica del humor.
e) El lugar que el humor ocupa en el texto, así como el nivel de prioridad que representa para el autor primario y para el secundario (traductor). En este sentido, Zabalbeascoa (1993 : 265) apunta varios grados de prioridad en los que situar distintos textos en función del lugar que desempeña el humor en ellos:

    i. *Top: TV comedy, a joke-story, one-liners, etc.*
    ii. *Middle: happy-ending love/adventure stories, TV quiz shows.*
    iii. *Marginal: as pedagogical device, Shakespeare's tragedies.*
    iv. *To be avoided: certain moments of drama, tragedy, horror texts, or in parts of letters of business, condolence or otherwise inappropriate situations.*

En el caso de nuestro corpus, las películas de los Hermanos Marx, categorizaríamos el papel del humor decididamente dentro del primer nivel en cuanto a generalidad del conjunto del texto, por su contexto y su temática, si bien secuencial o aisladamente algunos de sus pasajes pueden situarse dentro del segundo nivel. No obstante, es normal que dentro de un mismo producto haya graduación distinta según los episodios y escenas. Este factor deberá ser tenido muy en cuenta por el traductor al afrontar la traducción de este tipo de textos.

f) La dirección del humor, entendiendo por la misma la intención última y el tono del humor. En este sentido, el autor distingue entre *light entertainment*, *morbid*, *caustic*, *harmless* y *pedagogical*. Nuevamente, el caso del humor de los Hermanos Marx es único por el eclecticismo casi anárquico de su intencionalidad, por cuanto su irrefrenable caudal es capaz de mostrar chistes aparentemente inofensivos que en realidad surten el más devastador de los efectos, o ironizar, como si se tratara de algo sin importancia, con un juego de palabras de caústica crudeza, sobre asuntos serios como la guerra o la política. La intencionalidad en este caso cobra especial relevancia, ya que el traductor puede encontrarse ante un episodio humorístico que, por su naturaleza (temática racista, sexista, anticlerical, cruel hacia los animales, etc.) o sus características (como por ejemplo, la preferencia de formas más eufemísticas en una cultura dada frente a la exposición más cruda y directa en otras) no reúna las condiciones de lo "políticamente correcto" en la L/CT. Ello le llevará a tomar decisiones acerca de la conveniencia de respetar esas formas o esa temática en su nueva versión u optar por introducir algo parcial o completamente diferente.

A nuestro modo de ver, en cualquier caso, es imposible categorizar todo el producto bajo un solo tipo de humor. Por otra parte, respetando su validez, pensamos que esta clasificación de Zabalbeascoa merecería un análisis de aplicaciones más profundo, a fin de investigar las posibles limitaciones de estos factores en virtud del modo de TAV de que se trate (doblaje y subtitulación).

i) La unidad de traducción en el humor

A lo largo de las diversas corrientes de pensamiento de la historia y la teoría de la traducción, distintos autores han establecido lo que se conoce por unidad de traducción, de la cual se ha dicho que puede estar constituida por una sola palabra, por un párrafo, o por un texto entero. Pero, ¿cuál es la unidad de traducción en el humor? ¿Y cuál es la unidad de traducción en un texto audiovisual? La respuesta a estos dos interrogantes se complica cuando nos formulamos además el siguiente, derivado de los anteriores: ¿cuál será la unidad de traducción en un texto audiovisual humorístico?

Podríamos pensar que la unidad de traducción de un chiste dado puede hallarse en el elemento desencadenante, en la palabra o frase graciosa, ambigua o maledicente. Sin embargo, la unidad de traducción abarca un espectro mucho más amplio que el del mero desencadenante, ya que este se encuentra inscrito en un marco de referencia del que depende su funcionamiento y efectividad. Dicho marco imbrica los distintos elementos del chiste de tal modo que lo convierte en una unidad con valor propio y no desintegrable. Esa debe ser la unidad de traducción (sobre todo si consideramos como estrategia válida de traducción la compensación, en cuyo caso toda la obra ha de ser considerada como unidad), y como tal el proceso y las estrategias de traducción que en él se lleven a cabo deberán referirse a esta unidad, que podrá consistir, entre otras, en la sencilla sustitución de una letra, del homófono, de la frase homonímica, del marco de referencia social, étnica o cultural, o quizás del chiste completo.

En la traducción audiovisual sucede algo parecido, por cuanto las palabras, las frases o incluso las escenas, no pueden considerarse de un modo aislado con vistas, no ya a su traducción, sino al proceso de identificación y compresión del argumento. Aislar estos elementos equivale a sacarlos fuera de contexto, lo que acarrea una desvirtuación de la trama y de los componentes semióticos implicados que afecta directa y negativamente a la recepción del producto, del texto audiovisual. Así pues, a nuestro modo de ver, la unidad de traducción en un texto audiovisual debe ser la del texto completo, esto es, la película, la serie o el capítulo de serie de que se trate. Esto es especialmente cierto en el caso de la subtitulación, donde hay que eliminar lo que no es relevante a la totalidad de la película.

Si concordamos que la unidad de traducción en el modo de traducción audiovisual es el texto audiovisual completo, cuando este es de género humorístico o en él se encuentran pasajes humorísticos, estos deberán también considerarse como un todo en el conjunto de una supraunidad constituida por el texto audiovisual completo, conformando una unidad básica a partir de la cual analizar y reconstruir la nueva versión en la L/CT.

j) Estrategias y procesos de traducción del humor

Parafraseando a Leo Hickey (1996), hemos de admitir que el humor viaja mal, y que lo puramente esencial del humor entrelaza sus raíces con aspectos del texto de partida que no dependen (necesariamente) de la semántica, con lo que por muy fiel que se sea al contenido semántico en su traducción, el humor original desaparece en

la traducción. En nuestra opinión, no siempre sucede de este modo. Puede existir una pérdida de carga humorística, o mejor dicho, de efecto humorístico, que puede llegar a la desaparición del mismo, pero existen posibilidades de recrear el humor mediante otros procedimientos retóricos o compensar ese humor en otro punto del discurso.

En todo idioma, el humor se puede expresar de diversas maneras. Por tanto, las posibles taxonomías del humor pueden seguir, como se ha visto anteriormente, distintos criterios, más o menos definidos. De las diversas clasificaciones analizadas (Nash, Delabastita, etc.), para nuestro estudio proponemos conjugarlas en una clasificación que tiene más en cuenta el proceso traductor[15], diferenciando entre juegos de palabras (el humor más relacionado con el lenguaje y su estructura) y juegos de ideas (aquellos que representan un tipo de humor más relacionado con el contexto).

Juegos de palabras (como los *puns*, por ejemplo): Los juegos de palabras quizá representan una de las formas más primitivas de humor: dos cadenas de pensamiento opuestas, incongruentes, unidas por un vínculo acústico. Esto se produce cuando alguien utiliza deliberadamente palabras o frases con dos o más significados, o se trata de palabras fonéticamente similares. Se utilizan pues similitudes formales para conseguir un efecto sorpresa que produzca una reacción humorística en el receptor. El traductor aquí no sólo intenta reflejar el significado de la secuencia textual, sino también los elementos formales que son relevantes para el receptor del texto original, para que así el receptor del TT comprenda la situación por completo.

Tales clasificaciones son de enorme utilidad para el traductor a la hora de organizar los procedimientos y mecanismos de traducción de un pasaje humorístico. De esta forma, el traductor puede ir haciéndose con una especie de diccionario de tipos de humor o de chistes en sus lenguas de trabajo, que le permitan establecer paralelismos de trabajo y procedimientos de traducción destinados a afinar la transferencia. Entre los empleados con más frecuencia, podemos distinguir los siguientes:

[15] No es nuestra intención caer en una sobresimplificación, ni adoptar una clasificación reduccionista del humor. Esta clasificación es sólo una división genérica de los episodios humorísticos, a efectos del proceso de traducción.

a) adición / compensación: de un chiste para compensar otro que no se ha podido traducir.
b) Sustitución: de un chiste por otro.
c) Procedimientos metalingüísticos: comentarios, explicaciones y notas a pie de página. Evidentemente, muchos de estos procedimientos quedan inmediatamente excluidos en el soporte audiovisual, por ser inviables. Aunque técnicamente (haciendo un alarde de imaginación, eso sí), se podría insertar una "nota a pie de página" explicativa, en forma de subtítulo o voz en off, dicha solución se cae por su propio peso, ya que sería algo completamente extraño a los ojos y oídos del espectador. Por otra parte, se destruiría por completo el chiste y su efecto y se produciría una situación anticlimática[16], además de incurrir en posibles encabalgamientos indeseados con respecto a la continuidad del argumento. Sin embargo, cabría la posibilidad de utilizar alguno de estos procedimientos metalingüísticos fuera del soporte audiovisual propiamente dicho, incluyendo información relevante o aclaratoria en las carátulas de la caja, en los folletos informativos, o incluso en el propio soporte audiovisual, como sería en el caso del DVD.
d) Omisión: se opta por no traducir el episodio humorístico.

La utilidad de estas clasificaciones puede ser cuestionable, como vemos, ya que la traducción del humor recurre con frecuencia a métodos que no se ciñen de un modo estricto a los modelos de clasificaciones existentes. No obstante, dado que los juegos de palabras representan un tipo de humor lingüístico más bien formal, tales clasificaciones parecen funcionar mejor que en el caso de un humor más basado en juegos de ideas. Al traducir los juegos de palabras a menudo se produce una pérdida de la carga connotativa y, consecuentemente, una reducción del efecto humorístico. Hemos establecido cuatro opciones principales que el traductor tiene a la hora de traducir el juego de palabras. Se trata de opciones que en general operan a nivel microtextual, es decir, cuando podemos resolver la situación en la misma parte del texto[17]:

1. Traducción literal: reacción humorística en el receptor del TO, perplejidad o desconcierto en el receptor del TT, que no comprende dónde está la gracia

[16] Como dice Mallafrè (1991 : 109, en Zabalbeascoa, 1993 : 265): "En una traducció que pretén un efecte equivalent en el lector (...) s'ha de procurar crear l'impacte directament, en el text (...) i no posar al peu de la N del T.: "en angles aixo té molta gràcia, perquè tal paraula pot ser interpretada de dues maneres".
[17] Esta clasificación a modo de resumen es nuestra, y nos valemos para ello de nomenclatura general utilizada en las tipificaciones traductológicas. Nuestra intención es aquí agrupar de un modo general las opciones principales o más frecuentes.

> o lo humorístico del asunto. No obstante, evidentemente no siempre es este el efecto de la traducción literal, ya que muchas veces funciona muy bien.
> 2. Traducción explicativa: el significado se transfiere correctamente, pero hay una pérdida de humor (pérdida del sentido humorístico, del efecto). Reacción humorística en el receptor del TO, perplejidad o desconcierto, acaso una tibia sonrisa, en el del TT.
> 3. Traducción compensatoria: En este caso este procedimiento opera a un nivel más macrotextual, esto es, al verter el humor en otro sitio se toma la carga en su totalidad.
> 4. Traducción efectiva o funcional: puede ser en forma de reformulación completa del chiste o pasaje humorístico. Se consigue la reacción humorística en ambos receptores.

La última es, evidentemente, la situación ideal. Podría existir una más, en la que el traductor consigue superar la situación humorística del original, aunque esta posibilidad no ocurre con frecuencia. Suele darse en situaciones donde el traductor crea una situación jocosa como sustitución a algo que se ha visto obligado a omitir. Pensemos, por ejemplo, en la popular serie televisiva *El príncipe de Bel Air* (*The Fresh Prince of Bel Air*), en la que el traductor optó por introducir referencias a cierto humorista malagueño cuya sola mención provoca al menos una sonrisa (Chiquito de la Calzada). Cabría plantearse si esto, en términos contextuales, no es del todo ortodoxo, ya que se introducen referencias culturales extrañas en un contexto y un entorno con toda probabilidad ajeno a ellas. Sin embargo, el traductor decidió anteponer los objetivos prioritarios del texto, en este caso, hacer reír, conseguir el efecto humorístico, y desde ese punto de vista, nos parece acertado el haber traspasado los límites de ese modo. Cabe plantearse si este recurso sería posible en el caso de la subtitulación, o si sería posible con otras producciones, como por ejemplo las películas de Woody Allen o los Hermanos Marx. En nuestra opinión, la utilización del recurso para el mismo corpus (*El príncipe de Bel Air*) sería factible en la subtitulación de la serie, e incluso con ciertos elementos de las películas de Woody Allen, pero no pensamos que resultase apropiado en el caso de corpus de mucha más antigüedad, como las películas de los Hermanos Marx, donde la incongruencia temporal sería palpable y extraña sobremanera.

En el proceso de traducción del humor el traductor puede decidir hacer uso de la técnica de la compensación ante un pasaje cuyas características no permitan reflejar

con toda su eficacia las características del chiste en la lengua término. En este caso, se puede optar por intentar compensar la posible pérdida producida en otro momento del texto. Si bien en nuestra opinión no es necesario que el punto de compensación sea necesariamente un pasaje humorístico en la versión original, hemos de tener en cuenta la subordinación del texto a los elementos colaterales en el soporte audiovisual. Nos referimos aquí a la existencia de elementos sonoros que marquen o condicionen el episodio humorístico en la versión original (como por ejemplo, risas enlatadas), por estar contenidas en la banda sonora y que técnicamente no se puedan aislar, o de soportes icónicos o gráficos que acompañen a ese episodio humorístico (como personas riéndose, o la inclusión de dibujos, letreros o efectos visuales que acompañen al chiste o lo jocoso y que, igualmente, no puedan ser aislados técnicamente)[18]. En la mayoría de los casos, la elección de esta estrategia de traducción viene determinada por alguna pérdida de contenido lingüístico o alusivo (cultural). En este proceso, el traductor puede conseguir con éxito una transferencia más o menos específica de los aspectos denotativos, mientras que los aspectos connotativos de estas índoles se muestran más difíciles de transferir, al menos en virtud de toda su extensión.

Hickey (1996) es partidario, como nosotros, de la sustitución de los juegos de palabras incomprensibles o sin equivalente en la L/CT por otros distintos en la lengua término que puedan aportar no sólo algo comprensible sino también apreciable. Propone un método general para la adaptación y traducción de los juegos de palabras y culturales que se basa en el concepto pragmático del acto de habla, más concretamente en el potencial perlocucionario de dicho acto[19], y en el análisis pragmalingüístico del texto que envuelve a dicho potencial, en este caso, el texto humorístico y audiovisual. Para él, en los textos humorísticos intervienen dos componentes: la incongruencia y la falta de adecuación (de lo "apropiado"). En nuestra opinión, los mecanismos que originan el humor verbal de los juegos de palabras (no digamos ya los relacionados con lo cultural) son mucho más complejos e intervienen otros factores, más superficiales o sutiles, como la entonación, la cadencia irónica, el cambio de registro, los acentos, los elementos no verbales, etc. Si bien el punto de partida de Hickey es válido, en nuestra opinión su aplicación a la

[18] No nos referimos aquí a procedimientos censores de supresión o corte de imágenes, sino simplemente al aislamiento por medio de procedimientos técnicos, como puedan ser los que permite la presencia de diversas pistas separadas y aislables en la banda sonora original.

[19] Lo que Austin (1962 : 101) denomina "los efectos que siguen en los sentimientos, pensamientos o acciones de los oyentes o del hablante o de otras personas".

traducción audiovisual precisaría un análisis mucho más profundo y amplio, en el que se contemplara la implicación de los puntos arriba mencionados.

Estimamos que con dicho análisis intentamos determinar cuáles son los efectos que produce determinado episodio humorístico en los receptores o espectadores, y cuáles son los recursos lingüísticos que se han empleado para ello, en torno a qué se estructura el mecanismo desencadenante de esos efectos. De este modo, podremos establecer silogismos que conduzcan a una solución pragmática y comunicativa eficaz. En esa línea, las palabras en juego no tienen por qué ser lo decisivo, sino el juego de palabras en sí.

A partir de un análisis exhaustivo de los juegos de palabras en las obras de Shakespeare[20], y desde un punto de vista traductológico descriptivo, Dirk Delabastita (1993) elaboró una utilísima tipología de las diferentes estrategias de traducción, que puede servirnos de aplicación a nuestro corpus audiovisual. El corpus objeto de nuestro estudio concurre en las mismas circunstancias de los analizados por Delabastita y por Mateo (1995 : 42-51) (que utiliza la clasificación de Delabastita). Quienes tradujeron los diversos juegos de palabras y expresiones contenidos en las versiones cinematográficas de nuestro trabajo adoptaron estrategias que van desde la sustitución funcional y con éxito de una expresión o un juego de palabras por otro en la lengua término, a la omisión total del mismo en la lengua término. Estamos convencidos (una simple visión crítica de una película o un episodio de teleserie basta) de que esta misma situación se da en la inmensa generalidad de los casos, y de forma especial en la traducción audiovisual.

La clasificación de Delabastita se estructura pues en torno a las estrategias siguientes:

a) *"Pun translated into same pun" (PUN > PUN):* El traductor encontró un juego de palabras equivalente en la lengua término.

b) *"Pun translated into another pun" (PUN > PUN):* El juego de palabras original se reemplaza por otro en la lengua término que comparte o no sus

[20] Cabe señalar que el genial autor inglés tenía una especial debilidad por los juegos de palabras -algunos nada inocentes-, lo que se deja notar en toda la extensión de su obra. Parece ser el autor que con más juegos de palabras ha salpicado sus obras, un total de 1062, según un estudioso llamado F.A. Bather. En Francia, el más famoso aficionado a los juegos de palabras fue el Marqués de Bievre, en cuya obra *Vercingétorix* (1770), que nunca se puso en escena, hay un juego de palabras subrayado en cada verso.

rasgos formales. Uno de los sentidos originales puede haberse mantenido o recibir una versión aproximada. A veces, los sentidos de la lengua término pueden ser similares al original.

c) *"Pun translated into non-pun" (PUN > NON-PUN):* El término original pasa a la lengua término en una de sus acepciones, lo que implica la desaparición del juego de palabras. Cabría pensar en soluciones complementarias a mano del traductor, como la posibilidad de introducir una nota a pie de página que le permita "reforzar su traducción". Esto es posible, y no en cualquier circunstancia, en el medio escrito, pero hemos de señalar que en el medio audiovisual este recurso queda descartado por las características del medio. Ni siquiera en los subtítulos (donde la presencia de la lengua término de la traducción es de carácter textual) impresionados sobre la imagen, tiene cabida este recurso, puesto que rompería por completo el ritmo de la narración fílmica.

d) *PUN > PUNOID:* Delabastita lo asimila al uso de técnicas de compensación, que el traductor utiliza para reflejar un efecto comunicativo (el del juego de palabras, en este caso), que no ha sido posible transmitir de modo directo. En este sentido, el autor sugiere varios procedimientos: adición de otros juegos de palabras, el comentario metalingüístico (como puede ser la nota a pie de página), el uso de paralelismos, paradojas u otras figuras retóricas, como la ironía, la repetición, la asonancia, etc.

e) *"Non-translation" (DIRECT COPY o TRANSFERENCE):* No se traduce la frase que alberga el juego de palabras, colocando en su lugar el texto término en su "forma de origen" (*direct copy*), o mediante significantes de la lengua término, aunque con "contenidos de la lengua original" (*transference*).

f) *"Zero-translation" (PUN > ZERO):* Se omiten por completo tanto el juego de palabras como el texto en que se inscribe.

g) *NON-PUN > PUN; ZERO > PUN:* Se introduce un juego de palabras en un punto del texto en el que en el texto original no existía tal juego. Otra posibilidad es introducir, en un punto en el que en el texto original ni siquiera había texto, texto nuevo que contenga un juego de palabras. Estamos

> nuevamente ante una técnica de compensación, con la que se pretende restablecer lo omitido o perdido en otra parte del texto.

Juegos de ideas: El concepto de juegos de ideas por oposición a los juegos de palabras puede resultar un tanto artificial, puesto que los juegos de ideas se basan en los mismos principios lingüísticos que los juegos de palabras. Al fin y al cabo, las palabras son parte esencial de cualquier forma de humor basado en el lenguaje. Los juegos de ideas no se estructuran exclusivamente en el nivel fonético o en el ortográfico, sino que el humor surge de combinaciones de ideas o conceptos que no se basan específicamente en el lenguaje. No se puede hablar, sin embargo, de traducibilidad universal de los juegos de ideas. J.C. Catford (1965) ya se refería al concepto de "intraducibilidad cultural", si bien esta radicalidad es más difusa, ya que las diferencias culturales suelen ser más difíciles de resolver que las lingüísticas (siempre que estas no dependan directamente de un referente de las primeras, claro está). En este sentido puede ser ilustrativo el siguiente ejemplo, tomado de una película de los Hermanos Marx, *Monkey Business* (*Pistoleros de agua dulce*, 1931):

> FIRST OFFICER: *Sorry to have to report there are four stowaways in the forward hatch.*
> CAPTAIN: *Stowaways? How do you know there are four of 'em?*
> FIRST OFFICER: *Why, they were singing "Sweet Adeline".*

Aquí, el chiste está basado en el hecho de que *Sweet Adeline* es una canción compuesta para un cuarteto, al estilo de canciones de barbería de Estados Unidos, lo que supone un problema de traducción si dicha canción no se conoce en la CT. La versión española doblada queda así:

> Oficial: *Siento tener que informarle que hay cuatro polizones a bordo.*
> Capitán: *¿Polizones? ¿Y cómo sabe que son cuatro?*
> Oficial: *Porque estaban cantando "Dulce Adelina"…*

El espectador español, en la mayoría de los casos, se queda sin saber de qué va el chiste. El juego de ideas sobre una base de referencia cultural en el contexto original no coincide (y queda sin resolver) en el contexto de la CT.

La traducción de los juegos de ideas o de palabras estructurados sobre uno o varios referentes culturales se puede realizar mediante un procedimiento explicativo o de

ampliación de la información. En primer lugar, se habrá de dilucidar qué tipo de información es la que se va a explicitar. Ante esto podemos optar por sustituir la información por un equivalente formal, por un equivalente funcional (aunque lo ideal es encontrar uno que contenga ambos presupuestos), o recurrir a un procedimiento de ampliación de la información (paráfrasis, neologismos, paralelismos, préstamos, deslizamientos a un plano de representación, cambios de categoría semántica, etc.). La explicitación en este último caso estará limitada por las constricciones físicas de la modalidad de traducción (número de espacios en los subtítulos, sincronía fonética en el doblaje), lo que no permite el uso de cualquier recurso: en principio, algunos recursos ortotipográficos se prestarán más a su aplicación (así, comillas, uso de mayúsculas, paréntesis, cursivas, subrayado, utilización de distintos colores, etc. en la subtitulación) que otros (las notas a pie de página quedan, por las características del medio, descartadas).

El concepto de juego de ideas se extiende por tanto a todas las expresiones humorísticas que no se basan de un modo directo y primordial en algún tipo de alteración ortográfica o fonética del lenguaje. Como vemos, pues, el límite entre ambos tipos de humor es muy difuso, lo que incluso se complica en idiomas como el inglés, donde buena parte del humor surge directamente de diferencias, sutiles en muchos casos, de carácter fonético u ortográfico.

Las subdivisiones de juegos de ideas son numerosas y variadas. Nash (1985 : 10) señala, entre otros, los chistes regionales, de extranjeros, de borrachos, de suegras, homosexuales, políticos, religiosos, etc. Muchos de ellos evidentemente se basan en estereotipos; cada país o región tiene los suyos: los británicos hacen chistes sobre los irlandeses, los estadounidenses sobre polacos o los canadienses, estos a su vez sobre los oriundos de Terranova, los franceses sobre los belgas, los holandeses sobre los alemanes, los australianos sobre los neozelandeses, los españoles sobre los leperos, etc. Este tipo de humor es perfectamente transferible. En él la nacionalidad es sólo relevante en el contexto de la CO a modo de envoltura de la esencia del chiste, por lo que dicha envoltura puede cambiarse según los estereotipos del contexto de la CT. De ese modo se asegura la recepción del humor al nuevo receptor: un chiste en inglés sobre irlandeses o polacos puede transformarse en uno de leperos para un público español, o uno sobre un personaje público a quien se pretende ridiculizar puede encontrar su homólogo en español sin demasiada dificultad, como sucediera en su día con los chistes sobre cierto Ministro de Asuntos Exteriores español.

Así pues, cuando se ha decidido emprender la traducción de un texto humorístico, el primer paso es decidir ante qué tipo de humor nos encontramos, qué tipo de chiste es el que debemos traducir. El siguiente paso será analizar dónde reside el efecto humorístico del chiste, a qué sistema de referencias se circunscribe, y de qué naturaleza son los elementos de desencadenamiento y descarga. En este sentido es necesario resaltar la importancia que revisten las listas de diálogos en la traducción audiovisual, puesto que resultan imprescindibles para el reconocimiento de ciertos chistes y su posterior análisis. Este análisis situará al traductor en una mejor posición para poder establecer cuáles pueden ser las estrategias más adecuadas para llevar a cabo una traducción efectiva y funcional del chiste.

k) Doblaje, subtitulación y humor

Es evidente que en la traslación del humor existe un factor de pérdida de carga humorística, que oscilará en buena parte dependiendo del tipo de humor de que se trate y de la marcación cultural que contenga el episodio humorístico, y que determinará el éxito, tanto del proceso de traducción como de su resultado. Esto se da independientemente del modo de traducción audiovisual que se esté llevando a cabo, ya sea doblaje o subtitulación. No obstante, puede pensarse que, dadas las limitaciones técnicas intrínsecas que impone en términos de compresión del mensaje, en la subtitulación podrían darse dificultades añadidas, que incidirán en una mayor o menor pérdida de ese mensaje. Diot (1985 : 259) se refiere a este punto manifestando que en el proceso, el traductor se encuentra con

> "*perte de message comique, affaiblessement de l'intensité des effects, dénaturation de l'humour, détournement de sens, et falsification de la relation humoristique*".

Esto es cierto, sobre todo en determinados tipos de humor, como el que es objeto de nuestro estudio. Sin embargo, también es cierto que el traductor puede de algún modo intentar compensar la pérdida de efecto humorístico que se puede originar en la traslación de un episodio humorístico o un chiste concreto en otro punto del discurso. En cuanto a la desnaturalización del humor, en nuestra opinión este puede seguir, en su nueva versión, parámetros de estructura similares a los del original y que sí pueden tener carácter más o menos generalizado, si no universal, al menos en el mundo occidental. La traducción no tiene por qué cometer una falsificación del humor. Estamos ante el debate naturalización / asimilación / adaptación, que a nuestro modo de ver, y en términos funcionales, puede no ser tan grave como parece, al menos de acuerdo a parámetros culturales y de comportamiento

occidentales. El sentido del humor tiene un fuerte componente de apreciación subjetiva. Los distintos sistemas de códigos culturales en que se enmarque subordinan esa subjetividad a un marco de referencia común a una comunidad o grupo social, ya sea un grupo social marginal, religioso, étnico, una región o un país entero, independientemente de la temporalidad y la localización geográfica.

Los modos principales de traducción audiovisual de películas o series televisivas son el doblaje y la subtitulación. Cada uno de estos procedimientos presenta unas características propias. Así, en el caso del DOBLAJE (que consiste, básicamente, en la sustitución de las voces originales por otras nuevas en la LT) la más importante es la sincronía, y más concretamente, la sincronía fonética, es decir, la armonía entre los movimientos articulatorios del habla visibles y los sonidos que se oyen (Fodor, 1976; Mayoral, 1993 : 49). Además existe la sincronía de caracterización (entendida como la armonía entre la voz, y los rasgos que la caracterizan, del actor que actúa en escena, y los del actor que realiza el doblaje del primero) y la de contenido (el grado de coherencia entre el texto audiovisual original y la versión traducida). En cuanto a la SUBTITULACIÓN, modo menos extendido en nuestro país, también interviene la sincronía, aunque quizá la más relevante sea la de contenido (respecto a los distintos elementos contextuales del texto que se traduce). Por motivos obvios, la sincronía fonética no tiene lugar en la subtitulación, si bien existen otras limitaciones que el traductor debe tener en cuenta, y que se acentúan en el caso de la traducción de un comentario jocoso o un chiste: longitud del mensaje, comprensión, duración, colocación del comentario humorístico, etc. A esto hay que añadir las restricciones de espacio que impone el sistema de subtitulación, donde el traductor se ve obligado a ceñirse a un máximo de aproximadamente 70 espacios, divididos en dos líneas, cada una con 35 espacios a lo sumo (Mayoral, 1993 : 53). Estas medidas varían de un país a otro, y de un medio a otro, según se trate de cine, televisión, vídeo, satélite o DVD. Así, en los países nórdicos suele establecerse un máximo de 28 espacios por línea. Esto quiere decir que el texto humorístico probablemente tendrá que sufrir algún tipo de "guillotinado" a fin de ajustarlo a los subtítulos. El tiempo de permanencia del subtítulo en pantalla también condiciona la recepción del mensaje humorístico, así como la reducción del texto, ya que el texto debe aparecer en pantalla el tiempo suficiente para permitir que el ojo humano asimile tanto la información escrita como la acción que se desarrolla en la pantalla. El tiempo necesario se ha establecido en al menos 4-6 segundos por subtítulo (Titford, 1982 : 113), aunque esto es completamente relativo, ya que la rapidez de algunos parlamentos fílmicos no permite tal continuidad. En este sentido, podemos señalar

como ejemplo los parlamentos de Groucho Marx en sus películas, que alcanzan tal rapidez que algunos subtítulos en español quedan reducidos a veces a un tiempo inferior a un segundo de permanencia en pantalla, con la consiguiente pérdida no sólo del posible efecto humorístico, sino incluso del normal desarrollo de la acción fílmica. Las limitaciones técnicas de la subtitulación conllevan que la elección del vocabulario resulte, además de un problema estilístico, cuestión de elegir la palabra más corta posible. Si bien queda fuera de los objetivos de este trabajo, las limitaciones mediales de la subtitulación, poco investigadas por el momento, merecen un mayor estudio, y su análisis en profundidad sin duda permitirá mejorar este modo de TAV e incrementar la calidad de la recepción de los subtítulos (piénsese, por ejemplo, en la idoneidad de que cada proyección de subtítulos muestre una idea acabada).

I) La reducción y su tipología

Antes mencionamos algunos procedimientos de traducción, aplicándolos a la traducción del humor. Podemos aplicar esos mismos procedimientos a la traducción audiovisual y, en el caso que nos ocupa, a la subtitulación. Entre los procedimientos de traducción que más utilizan los subtituladores están la sustitución y la omisión, dadas las limitaciones técnicas que impone este modo de TAV. El objetivo principal de la sustitución suele ser reducir la longitud del parlamento. En la traducción del humor, este método exige mucho del traductor, que se ve en la difícil y a veces imposible tarea de inventar constantemente nuevas y originales expresiones humorísticas que se ajusten a las necesidades tanto técnicas como de contenido. En cuanto a la omisión, es un procedimiento al que el traductor de subtitulación suele recurrir con cierta frecuencia[21], omitiendo partes del texto que no son absolutamente imprescindibles para la comprensión de la película (si bien no es difícil encontrar ejemplos de omisiones de texto relevante para la comprensión del texto audiovisual), con el objeto de reducir los parlamentos para los subtítulos. No obstante, cuando lo que se traduce es humor sobre el que se basa la película o el episodio cómico, uno no puede pasarlos por alto así como así. Con frecuencia la omisión va ligada a la velocidad con que los subtítulos aparecen en la pantalla (algo que debería ser estable), y la longitud del mensaje, esto es, si el mensaje se reproduce en su totalidad o no. Ilustrémoslo con un ejemplo de Groucho Marx, de la película objeto de nuestro estudio, *Sopa de ganso*:

[21] Coincidimos con Kovačič (1995 : 381) en que "*In each particular act of subtitling, the subtitler's idea of the ideal viewer is connected with her choice of what she believes to be the optimal solution (how to translate, what to leave out, what to paraphrase, etc.*)".

> Firefly (Groucho): (addressing a stout lady) *Well, that covers a lot of ground.* (He looks her up and down.) *Say, you cover a lot of ground yourself. You'd better beat it. I hear they're going to tear you down and put up an office building where you're standing. You can leave in a taxi. If you can't take a taxi you can leave in a huff. If that's too soon, you can leave in a minute and a huff. You know you haven't stopped talking since I came here? You must have been vaccinated with a phonograph needle.*

Groucho suelta esa verborrea en tan sólo unos segundos (menos de 14), lo que plantea no pocas dificultades al traductor para, en primer lugar, encajar el máximo de texto posible en la pantalla en el mínimo de tiempo (el fragmento de la versión subtitulada en español consta de nueve subtítulos, que pueden tener una media aritmética máxima, en este caso, de 1'5 segundos de permanencia en pantalla, algo realmente insuficiente para la legibilidad y la comprensión del pasaje)[22]. El segundo problema está en intentar reflejar el humor del comentario, donde podemos encontrar hasta tres juegos de palabras distintos: el primero está en la frase "*to cover a lot of ground*", cuyo significado abstracto viene a ser "*to be extensive in scope*". Pero Groucho la utiliza además en un sentido más específico, refiriéndose a la talla más bien amplia de su interlocutora. El segundo juego de palabras lo encontramos en la frase "*leave in a taxi*", y enlaza con el tercero. Aquí se establece un ingenioso paralelismo entre el hecho de marcharse en un taxi y la expresión "*leave in a huff*", que viene a significar "irse indignado". El tercer juego de palabras se basa en la similitud homofónica entre "*huff*" ("*minute and a huff*") y la palabra correcta en este caso (*half*). La versión subtitulada en español apenas se puede leer por la velocidad de los subtítulos, y tampoco existe una sincronía de contenido, apreciándose algunos falsos sentidos en la traducción, con lo que la incongruencia natural del humor marxista se hace más profunda, tanto que se pierde en la recepción:

> Firefly: *Eso cubre mucho terreno. / Ud. también cubre mucho terreno. / Será mejor que se largue. Tengo entendido que / la van a derribar para construir un edificio. / Puede irse en un taxi. / Si me consigue uno, puede*

[22] Ha sido imposible obtener información detallada sobre la traducción para subtitulación de esta película (nombre del traductor o traductores, condiciones del encargo de traducción, etc.), por lo que no nos es posible aportar referencias concretas sobre la hipotética existencia de la lista de diálogos, localización, etc.

> *irse enojada. / Si es demasiado pronto váyase dentro de un minuto. / No la he dejado hablar desde que he llegado. / Le habrán vacunado con una aguja de fonógrafo.*

La versión doblada en español es, sin embargo, mucho más fiel en cuanto a sincronía de contenido y al contexto de la incongruencia, consiguiendo un efecto humorístico casi tan anárquico como en el original:

> Firefly: *Es un concepto bastante amplio. Y usted también es bastante amplia. Será mejor que se largue. He oído que van a construir unas oficinas donde está usted. Se puede ir en taxi. Si no consigue uno, se puede ir indignada, y si es pronto, váyase dentro de un minuto. ¿Sabe que no ha dejado de hablar desde que he llegado? La habrán vacunado con la aguja de un tocadiscos.*

Este tipo de humor, esa incongruencia, en cualquier caso, es un tipo de humor que nosotros denominamos *humor sostenido*, formado no a base de un único efecto, sino a partir de una serie de pequeños clímax menores, produciendo un continuo solapamiento o intersección de planos distintos, que desembocan en la generación continua y sostenida de episodios de tensión y descarga en forma de risa o sonrisa. Evidentemente, los juegos de palabras, el chiste, serían mucho menos graciosos si no estuvieran enmarcados en el contexto grouchiano, lo que evoca una imagen que de forma casi automática nos hace abrir los ojos y esbozar una sonrisa, si bien esta reacción a la recepción, como se ha visto, puede deberse a motivaciones diferentes en la L/CO y la L/CT.

m) El humor de los Hermanos Marx

El humor de los Hermanos Marx, por sus características casi únicas, constituye una auténtica pesadilla para el traductor, ya sea para doblaje como para subtitulación, pero sobre todo para este último caso, como se ha señalado anteriormente. En nuestra opinión, el ejemplo más parecido, tanto desde el punto de vista del tipo de humor como desde el de las dificultades que entrañaría su traducción al inglés, sería el del genial Cantinflas, cuyas películas, que sepamos, nunca se han traducido al inglés, probablemente por estos mismos motivos. Podemos ilustrar la complejidad a que nos referimos en el caso de los Hermanos Marx con un magnífico ejemplo de su película *El conflicto de los Marx* (*Animal Crackers*, 1930), que por su riqueza de elaborados juegos de palabras y referencias culturales queremos reproducir aquí:

> Groucho: *I was sitting in front of the cabin, when I bagged six tigers.*
> Margaret Dumont: *Oh, Captain!*
> Groucho: *Six of the biggest tigers...*
> Margaret Dumont: *Captain, did you catch six tigers?*
> Groucho: *I bagged them. I... I bagged them to go away, but they hung around all afternoon. They were the most persistent tigers I've ever seen. The principal animals inhabiting the African jungle are Moose, Elks, and Knight of Pythias. Of course you all know what a moose is, that's big game. The first day I shot two bucks. That was the biggest game we had. As I say, you all know what a moose is? A moose runs around the floor, eats cheese, and is chased by the cat. The Elks, on the other hand, live up in the hills, and in the spring they come down for their annual convention. It is very interesting to watch them come to the water hole. And you should see them run when they find that it's only a water hole! What they're looking for is Elko-hole.*

Un pasaje de este tipo contiene una serie de elementos lingüísticos y culturales entrelazados que hacen necesario un análisis, una disección de los mismos. El traductor deberá analizarlos desde un punto de vista pragmático y funcional, a partir del cual elaborar las estrategias necesarias que lleven a conseguir una versión, que puede ser totalmente nueva, que surta un efecto al menos similar en el espectador de la L/CT. Para ello, el traductor deberá analizar y resolver los problemas que implica la intención humorística del original, lo que supone que el traductor se convierta, además de tal, en escritor, guionista y comediante, sin dejar de lado una cierta postura de receptor (espectador, nuevo lector) de la L/CT con una doble perspectiva, que le permita sopesar ese humor al tiempo desde dentro y desde una postura de cierta distancia.

Antes sostuvimos la importancia de la presencia de elementos icónicos, sonoros, gestuales, expresiones faciales, etc., a los que en ocasiones se subordina el discurso verbal. En un interesantísimo trabajo, Chaume (1997 : 320-326) aporta algunos buenos ejemplos que demuestran este punto. Como el autor señala, el traductor puede encontrarse con problemas de coherencia y/o cohesión relacionados con dichos elementos, frente a lo cual deberá adoptar estrategias traductológicas alternativas, ya sea mediante algún tipo de explicitación coherente incluida en los parlamentos o la reestructuración de los mismos. Pensemos, por ejemplo, en una

escena en la que alguien muestra a otra persona lo que parece ser el signo de victoria, haciendo una "v" con los dedos índice y corazón. Sin embargo, este signo puede tener una significación completamente distinta, con una fuerte intención ofensiva, si el signo aparece en un contexto británico y se hace con la palma de la mano mirando hacia el que lo realiza. No obstante, y como señala Chaume, la traducción de los referidos elementos no verbales, no suele llevarse a cabo de un modo demasiado exhaustivo (al menos en España), dejándolos sin tratar, con la consiguiente pérdida e incluso incongruencia visual.

El humor puede también ir vehiculizado en forma de un cambio de registro verbal, o de acentos, para aportar por ejemplo una intención irónica o satírica, que supondrá una nueva dificultad en el proceso de transferencia eficaz y positiva del humor. Chico Marx, por ejemplo, habla con un falso y exagerado acento italiano que no se refleja en modo alguno en el caso de la traducción para doblaje realizada al español de las películas de los Hermanos Marx, con la consiguiente pérdida connotativa y de color en la transferencia del mensaje.

Otro de los elementos que repercuten directamente en la traducción del humor audiovisual es la cuestión de los nombres propios (personajes de la propia película, marcas de productos con referencia visual directa en el texto audiovisual, acontecimientos que tienen relación directa con la trama y no pueden ser sustituidos, etc.). En las películas de los Hermanos Marx los nombres de los personajes que interpretan suelen tener una significación ambigua o una connotación social que no se refleja en su traducción al español en ninguna de sus versiones. Así, tenemos el "Firefly" de *Sopa de ganso*, que en español significa "luciérnaga", en una metáfora de las iluminadas ideas de visionario político de baja estopa al que interpreta; o en *Los Hermanos Marx en el Oeste* (*Go West*), donde Groucho interpreta a S. Quentin Quale. Este es un juego de palabras con la expresión *San Quentin quail* ("codorniz de San Quintín"), nombre con el que se designa a las mujeres menores de edad con las que mantener relaciones sexuales constituye un delito castigado con una temporada en el penal del mismo nombre. Los nombres quedan sin traducir, lo que repercute negativamente en la recepción de la película, como veremos más adelante.

Por otra parte, y en relación con lo antes señalado sobre el nivel de conocimiento compartido, coindimos plenamente con Díaz (1997 : 329) en que en determinados casos, y gracias al aflujo (e influjo) constante de producciones estadounidenses,

ciertas referencias culturales e institucionales han llegado a ser conocidas y hasta familiares para los espectadores españoles. No obstante, este conocimiento es limitado, y cabría señalar en este sentido que dependerá también (en el caso de las relacionadas con el humor) del tipo de humor, de la complejidad e interrelación cultural. Puede darse un conocimiento más o menos amplio de referentes humorísticos marcados culturalmente, pero existe lo que nosotros denominamos un *umbral de filtro cultural* que no se traspasa en (casi) ninguna cultura.

n) Una conclusión/hipótesis sobre la traducción de (algunos tipos de) humor

De lo expuesto anteriormente, y en relación con el corpus objeto de nuestro estudio, podemos pensar que:

a) No todo el mundo, de cualquier idioma, entiende el humor de los Hermanos Marx, por sus características culturales y lingüísticas casi únicas, y sus complejas connotaciones.
b) A veces, existe un humor derivado de un interés subconsciente por lo relacionado con una determinada cultura o sociedad, la estadounidense en este caso, pero no necesariamente con ese tipo de humor en concreto. La reacción en el receptor de la L/CT es en muchos casos la risa fácil, subconsciente, que no obedece a una comprensión del texto humorístico audiovisual, ni a una transferencia efectiva y funcional del mismo.
c) Se produce una reacción casi instintiva de reírse por lo establecido, aunque no sea jocoso o tenga gracia desde un punto de vista subjetivo. En este caso, los Hermanos Marx representan un ejemplo paradigmático de institución humorística: muchas personas sonríen o se ríen no porque hayan entendido los chistes o su humor, sino por lo que representan histórica y socialmente.
d) Se trata de películas antiguas que probablemente no cuentan con listas de diálogos que podrían facilitar enormemente la labor del traductor.
e) Es importante ahondar más en la investigación de las limitaciones de la subtitulación como modo de TAV, particularmente en la relación entre lo oral y lo escrito (más adelante nos referiremos a la falta de oralidad generalizada de las traducciones audiovisuales en España), la segmentación del contenido (localización), la relación entre la pista sonora original, la imagen y los subtítulos, etc.

4.- Clasificación de los géneros audiovisuales

Los textos audiovisuales han sido objeto de múltiples clasificaciones y caracterizaciones a lo largo de la centena de años que tiene el cine. Tales clasificaciones han atendido a criterios de muy diversa naturaleza. Así, por ejemplo, a lo largo de la historia audiovisual se han agrupado, para distintos fines, los textos audiovisuales según su soporte (cine, vídeo), según el tipo de formato (16, 35 mm), en función de la clasificación moral (todos los públicos, mayores de 18 años), la técnica de color utilizada (blanco y negro, technicolor), la duración o metraje (cortometraje, largometraje), la estructura (si se trata de series, seriales, *culebrones*, monográficos, etc.), en virtud del género o subgénero, etc.

Este último criterio es el que nos interesa y ocupa en el presente estudio, si bien en otro momento de nuestro trabajo hacemos mención a los distintos sistemas y soportes utilizados, centrándonos, eso sí, no tanto en los que ya forman parte del pasado, sino sobre todo en los que se utilizan en el presente y los que, a velocidad vertiginosa, empiezan a conformar el panorama audiovisual del futuro.

Por géneros audiovisuales entendemos categorías, grupos de producciones en soporte audiovisual (fílmicas o televisivas hasta ahora, con la reciente e incipiente incorporación de las informáticas) con un patrón o unas características familiares fácilmente reconocibles, y una serie de convenciones o técnicas que incluyen al menos uno de los siguientes parámetros: contenido, escenario, temática, argumento, estilos, estructuras, situaciones y personajes. En el caso de las de carácter fílmico (ya estén o no destinadas al mercado cinematográfico) tradicionalmente se han venido estableciendo los principales géneros de acuerdo a la temática general de la obra: películas del oeste, comedias, policiacas, de terror, musicales, de ciencia ficción, dramas, de aventuras o acción, melodramas y bélicas. Los musicales, es lógico, no aparecerían hasta el comienzo de la era del cine sonoro. Las películas de ciencia ficción se empezarían a popularizar a finales de la década de los años cincuenta.

Además de los géneros principales, la expansión y la generalización del medio audiovisual, primero a través del cine y más tarde con la ayuda de la televisión, favorecieron la diversificación de los macrogéneros y la aparición de nuevos subgéneros. En este sentido, Tim Dirks (1999) menciona algunos de los más representativos:

> *Examples of sub-genres abound: aviation films, biographical films, buddy films, caper films, chase films, disaster films, documentary films, espionage films, experimental films, "fallen" woman films, medical films, military films, parody films, jungle films, legal films, martial arts films, police films, political films, prison films, religious films, road films, slasher films, sports films, swashbucklers, women's "weeper" films and more. Examples of different forms include: animations, features, serials, or shorts among others.*

Este autor señala que existen ciertos géneros que se pueden considerar como pertenecientes a un periodo cronológico concreto. El mejor ejemplo de esto quizá lo tengamos en el llamado "cine negro" o *film noir*, que alcanzara su apogeo a finales de los años cuarenta y principios de los cincuenta. Algunos autores, como el propio Dirks, incluyen en sus clasificaciones una agrupación más genérica, con apartados de "cine británico" (que abarca a todas las películas de dicha nacionalidad, y que en general no puede considerarse como un género audiovisual en sí mismo, sino como clase de películas atendiendo al criterio de la nacionalidad) o de "películas clásicas", donde se engloba a numerosas producciones de la edad de oro de Hollywood.

Las clasificaciones tradicionales de géneros atienden, como vemos, a un criterio temático. Nosotros, por convención y por tradición, optaremos también por una clasificación temática tradicional, tomando como referencia la de Romaguera i Ramió (1991). En este sentido, también coincidimos con la definición de Román Gubern (en Romaguera, 1991 : 44), para quien

> "*género* es una categoría temática, un modelo cultural rígido, basado en fórmulas estandarizadas y repetitivas, sobre las que se tejen las variantes episódicas y formales que singularizan a cada producto concreto y dan lugar a familias de *subgéneros* temáticos dentro de cada género".

En un principio, se podría pensar que existen géneros diferentes para medios audiovisuales diferentes, como son el cine, la televisión y el vídeo. Sin embargo, este

no es el caso, sino que más bien, y dada la anterioridad y precedencia histórica del cine como génesis y base de los otros medios audiovisuales, los segundos han tomado los géneros del primero, adoptándolos como tales, adaptándolos a las características peculiares y a las necesidades inherentes a su medio, o incluso generando a su vez otros géneros o subgéneros propios del medio. Así, el medio cinematográfico se ha integrado en la televisión, hasta el punto de suponer, en algunos casos, como el de las incipientes plataformas digitales, la pura base de sus contenidos. En cualquier caso, y teniendo en cuenta que el punto de partida es el cine, nos limitaremos a exponer una clasificación basada en este medio.

Existen otras clasificaciones de los géneros audiovisuales, desarrolladas por diversos autores, como el mencionado Gubern. Queremos señalar, en este punto, una clasificación que hemos encontrado, y en la que se establece una categorización de los géneros audiovisuales que, según las propias autoras, "pueden ser traducidos para el doblaje" (Brun y Marquina, 1996 : 30). En esta clasificación se establecen 5 tipos de géneros o programas: teleseries, documentales, comedias, caricaturas y largometrajes. Dentro del género documental se agrupan los "documentales tipo narración", el "documental tipo entrevista" y el "documental tipo programa de capacitación". Esta clasificación parece bastante caótica y poco rigurosa, por cuanto las comedias, afirman las autoras, "pueden presentarse como series, o largometrajes", y se dice de los largometrajes que "podrían ir incluidos en los otros, ya que hay largometrajes de dibujos animados, drama, comedia, narraciones, etc.". En nuestra opinión, los diferentes elementos incluidos en una categorización no pueden remitirse a sí mismos o entre ellos dentro de la misma clasificación, esto es, no puede definirse un término con el propio término. En cualquier caso, el único criterio unificador para el establecimiento de esta clasificación parece haber sido meramente el hecho de que "puedan ser traducidos para doblaje", criterio que parece ser excluyente en sí mismo, porque cualquiera de ellos también puede ser traducido para subtitulación, por ejemplo.

La clasificación de Romaguera sirve de base a otra, que nos parece un poco más elaborada y consistente, por cuanto añade aspectos de caracterización pragmática, comunicativa y semiótica (Agost, 1996). Esta, a nuestro parecer, es una clasificación más acorde a nuestros propósitos, ampliando la de Romaguera a cuatro macrogéneros (dramático, publicitario, informativo, entretenimiento), por lo que estimamos oportuno adoptarla. Esta clasificación cubre, de un modo más que suficiente, la variedad de producciones audiovisuales, no sólo en España, sino en

cualquier país, ya sea en pantalla grande o pequeña. En todo caso, la siguiente es tan sólo una sucinta enumeración y descripción de los distintos géneros, que puede servir a los fines de nuestro trabajo, sin entrar en mayores consideraciones de trasfondo ideológico o cinematográfico.

a) Géneros informativos

El objetivo principal de este tipo de género audiovisual es la difusión de noticias de interés o repercusión social o comunitaria, sobre acontecimientos presentes o históricos, personajes, países, etc.

El género informativo ha desaparecido prácticamente del formato cinematográfico en la actualidad. Sin embargo, es preciso señalar que en determinados países desempeñó un papel muy importante en el contexto sociopolítico de la realidad histórica del momento. Pensemos, por ejemplo, en los informativos que se proyectaban semanalmente en las salas cinematográficas británicas sobre el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, o nuestro más cercano y arquetípico NODO, que reflejaba aspectos de la escena política nacional e internacional y sirvió durante años como instrumento de propaganda del régimen franquista.

Por tanto, el género informativo ha desaparecido casi por completo del medio puramente cinematográfico, incorporándose casi en exclusiva al televisivo. Muchas de las características originales del género siguen conservándose, si bien este ha evolucionado, adaptándose al medio televisivo. La asimilación del cine en el ámbito de la televisión, y el origen de la segunda como parte del primero, nos llevan a no establecer una separación real entre géneros del medio cinematográfico y el televisivo.

Desde un punto de vista pragmático, el aspecto fundamental de este tipo de textos es el carácter expositivo o divulgativo de la información. Comunicativamente, la diversificación es lo más sobresaliente, ya que la temática abarca un abanico variadísimo, yendo desde los programas de corte estrictamente político o legislativo (*Parlamento*), a los de deportes (*Estudio Estadio*), pasando por la cocina (*La cocina de Karlos Arguiñano*, *Con sabor andaluz*) o de temática rural (*Tierra y mar*, *Agrosfera*).

Hemos observado que, si bien existen subgéneros más o menos fijos con características concretas (telediarios, documentales, reportajes, etc.), la constante

búsqueda de nuevas y originales formas de programas televisivos, así como la cada vez mayor oferta de canales, favorece la aparición de nuevos subgéneros, mixtos o multiconceptuales en su mayoría (informativos de cotilleos, tipo *Corazón, corazón* o *Contraportada* [este subgénero sería un híbrido de género informativo y de entretenimiento], programas de información en directo, como *Andalucía: Directo*).

Tabla número 1

Géneros informativos	
Narrativo	documentales, informativos de actualidad, reportajes, docudramas, programas sobre la vida social, etc.
Narrativo + descriptivo	documentales, reportajes
Narrativo + argumentativo	docudramas, reportajes
Expositivo	programas divulgativos y programas culturales
Expositivo + instructivo	programas destinados al consumidor, a los ciudadanos [a los distintos niveles, nacional, regional, local], programas de cocina, bricolaje, etc.
Argumentativo + conversacional	debates, tertulias
Conversacional	Entrevista
Predictivo	pronóstico del tiempo

(Agost, 1996)

En nuestra opinión, el cuadro de Agost incluye como géneros informativos narrativos los *reality shows*. Para nosotros, este tipo de programa entraría más en la esfera de lo narrativo-argumentativo, a caballo con lo conversacional. Eso, siempre que se considerase este tipo de programas como género informativo. En nuestra opinión, casi valdría más situarlo, junto a los cada vez más numerosos *talk shows*, modelo de importación estadounidense, en el ámbito de los géneros de entretenimiento.

Cabe señalar la aparición, con un gran éxito, de canales de televisión (vía satélite) con dedicación exclusiva a la información 24 horas al día (*Canal 24 Horas, Sky News*, *BBC World*, *CNN*, *Euronews*), donde tienen cabida subgéneros informativos de muy diversa índole: informativos tipo telediario, información meteorológica, del mundo del espectáculo o sobre deportes, reportajes de análisis...

b) Géneros publicitarios

El género publicitario busca ejercer una influencia sobre el público receptor de sus mensajes, con el objetivo de persuadirlos a optar por una determinada opción, ya sea de índole meramente comercial, política, educativa, de entretenimiento, etc. Esta publicidad puede ser de carácter privado (por ejemplo, anuncios de determinadas empresas o marcas comerciales) o institucional, como campañas turísticas (*Turismo de Andalucía*, campañas turísticas institucionales de España en el extranjero, etc.), de información o difusión (publicidad institucional sobre, por ejemplo, la adopción del *Euro* como moneda, o sobre el Año Europeo contra el Racismo, campañas para prevenir la drogadicción o los accidentes de tráfico), etc.

Los formatos que encontramos son muy diversos, y van desde el *spot* publicitario, de duración aproximada a los veinte segundos, a los espacios monográficos insertados entre programas, tipo *Teletienda*. La duración del mensaje en esta variedad es mayor, oscilando entre los 5 y los 10 minutos. La estructura de este subgénero adopta la forma de un programa de difusión, lejos de lo argumentativo o instructivo del *spot*. Cabe señalar en este apartado la creciente aparición de canales de televisión dedicados exclusivamente a la venta por teléfono (*QVC, H.O.T., Screen Shop*). Por el momento estos canales (muchos de ellos con programación ininterrumpida durante las 24 horas) se circunscribe básicamente a la difusión por satélite, si bien en un futuro inmediato presenciaremos su extensión a los canales de difusión hertziana.

Como norma general, la dimensión instructiva predomina sobre la expositiva o la narrativa, si bien la progresiva aparición de nuevos subgéneros y variedades incluye, en pro de conseguir la atención del receptor potencial cliente, el aspecto narrativo o el argumentativo.

Tabla número 2

Géneros publicitarios	
Instructivo	Anuncios
instructivo + conversacional	anuncios dialogados
instructivo + expositivo	campañas públicas de información y prevención, venta por televisión, programas de propaganda electoral

(Agost, 1996)

El cuadro de Agost nos parece, en términos generales, correcto, si bien, como en el caso anterior, pensamos que existen algunas variedades de subgéneros publicitarios

no representadas aquí y que podrían añadirse a las expuestas, como puede ser el caso de la cada vez más abundante publicidad comparativa donde se intenta resaltar las mejores cualidades de un producto sobre las inferiores de otro. En este sentido, a la dimensión instructiva se añade una profunda carga de dimensión argumentativa.

c) Géneros dramáticos

Siguiendo la tesis general, los géneros dramáticos son aquellos que relatan una historia ficticia. El factor dominante aquí es el carácter narrativo. Este macrogénero es una especie de cajón de sastre donde cabe casi de todo, desde dibujos animados a obras de teatro pasando por prácticamente cualquier tipo de película, serie o telefilme. A su vez, cada uno de estos subgéneros puede subdividirse en otros muchos: terror-fantástico, comedia, ciencia-ficción, musical, aventuras, *western*, negro (policiaco), etc. Común y tradicionalmente se adopta esta categoría como único parámetro para la clasificación temática de los distintos géneros. Esta concepción, en nuestra opinión, y como puede deducirse de la presente caracterización, es errónea.

Coincidimos con Agost en que la dimensión que predomina (y domina) en los géneros dramáticos es sin duda la semiótica, dado que el mensaje, el producto, la obra, se enmarca en un contexto cultural concreto, con una características sociales, históricas, políticas, etc. inherentes a ese entorno.

Si bien el carácter narrativo marca la línea de continuidad de la película, episodio, telefilme, etc., el transcurso de cada uno de ellos estará matizado por otros muchos (descriptivo en una escena donde se especifica como se cometió un crimen, argumentativo en otra donde un jurado escucha los alegatos del fiscal del distrito contra un mafioso, etc.).

La dimensión comunicativa tiene un carácter abierto y permeable, puesto que podemos encontrar todo tipo de registros, desde el más formal, elegante y hasta pomposo, hasta el más coloquial o de jerga. Debemos señalar además, que estos registros, aparecen en numerosas ocasiones mezclados y superpuestos. Nos parece oportuno apuntar también que otro factor importante es la pseudo-interacción con el espectador, o al menos, con un espectador potencial, como en el caso de las comedias de situación estadounidenses tipo *Cosas de casa* o *El príncipe de Bel Air*, grabadas en estudio con público, a las que se añaden las típicas “risas enlatadas” para acentuar el efecto cómico.

Sin lugar a dudas, este tipo de géneros es, con diferencia, el más abundante, tanto en las pantallas de cine como en los distintos canales de televisión, hasta el punto de estar estructuradas en torno a determinados criterios: ciclos de cine negro, de terror, sobre un país concreto, etc. en cine-clubs universitarios o filmotecas nacionales; programas de cine estructurados en torno a diversos criterios: cine de autor o producciones clásicas en versión original subtitulada (por ejemplo, *Cine Club*), cine español (*Cine de barrio*, *Versión española*), temática (*Noche de acción*, *Cine corazón*). En este sentido, queremos resaltar el hecho de que la cada vez mayor oferta de canales de televisión a través de distintos medios (vía satélite, por cable) está conllevando una espectacular especialización, no ya de espacios de géneros o subgéneros concretos, sino de canales enteros, con programación monogenérica o monotemática (canales como *Cine Classics*, *TNT Classic Movies*, *Sky Movies*, *Canal 18*).

Tabla número 3

Géneros dramáticos	
Narrativo	películas (del oeste, comedias, ciencia ficción, policiacas, dramas, etc.), series, telenovelas, telefilmes, dibujos animados, etc.
Narrativo + descriptivo	películas (documentales, filosóficas)
Narrativo + expresivo	teatro filmado, películas (musicales, literarias), ópera filmada, canciones

(Agost, 1996)

A este cuadro añadiríamos el subgénero histórico (*El Cid*, *Los diez mandamientos*), donde la línea argumental abarca los factores narrativo, descriptivo y expresivo ([potencial] evocación de determinados valores religiosos, morales o de "exaltación nacional").

A su vez, en cada uno de estos subgéneros podemos encontrar la presencia de otros dentro de su trama, como es el caso de la sátira política en una comedia (*Sopa de ganso*, *Ser o no ser*).

d) Géneros de entretenimiento

Básicamente, el objeto primordial de esta categoría de géneros audiovisuales es captar la atención del espectador, aunque sin la intención de explicar [al menos de forma directa] nada en especial, ni de informar sobre acontecimientos o personajes concretos [esto no es del todo cierto ya que, por ejemplo, en un concurso de televisión podemos encontrar a personajes famosos a los que se les hacen entrevistas informales, en las que aportan información más o menos relevante sobre ellos]. Podemos concluir pues que se busca captar la atención del espectador, sí, pero con la intención de divertir, distraer o recrear.

Pragmáticamente, son géneros predominantemente conversacionales y, desde el punto de vista comunicativo, se caracterizan por un registro bastante informal. Al ser un macrogénero muy heterogéneo, y por la propia finalidad del mismo, se hace muy difícil circunscribir sólo unos cuantos subgéneros a su ámbito. En realidad, como en el caso de los géneros dramáticos, estamos ante un cajón de sastre donde tiene cabida un poco de todo, ya se trate de programas de tipo *magacín*, emitidos en horario matinal, con secciones de hogar, opinión y análisis, cotilleo, etc. (*Día a día*, *Como la vida misma*) o concursos y programas de variedades (*¿Qué apostamos?*, *¡Sorpresa, sorpresa!*, *Lo que necesitas es amor*, *La botica de la abuela*, *Tómbola*, *Lo + plus*).

Agost sitúa como uno de los subgéneros de entretenimiento un tipo de programas caracterizados por su intención instructiva, los programas de gimnasia o ejercicio físico. Pensamos que, en general, con la evolución de las preferencias y ofertas audiovisuales, este tipo de programas ha desaparecido prácticamente. No obstante, podemos seguir manteniendo esa dimensión instructiva con otro tipo de subgéneros o programas que, por sus características, entroncan con los géneros informativos: *La botica de la abuela*, *Bricomanía*, *La cocina de Karlos Arguiñano*). Esta subdivisión y diferenciación varía en los diferentes países dependiendo de las preferencias de la audiencia, las modas, más o menos cíclicas, las influencias extranjeras, etc.

Sin duda una de las categorías más importantes y a la vez más abundantes de los géneros de entretenimiento sea la comedia. En este sentido, nos gustaría volver sobre la clasificación de Romaguera, y reproducir algunas de las características que el autor atribuye al género de la comedia (ibid.: 54):

> "En el terreno formal, los films suelen fotografiarse con una iluminación luminosa, valga la redundancia, nítida y nada contrastada. La narración

> suele transcurrir en interiores y abusa, evidentemente a partir del sonoro, de la palabra, de los diálogos, elemento clave para la relación entre personajes y en donde se asienta en gran parte la gracia del relato. El tratamiento del espacio suele ser desproporcionado, y el del tiempo, discontinuo, aunque en el cómico uno de los elementos singulares es la repetición para resaltar efectos e intenciones.
>
> Si en la comedia normal sonreír y reír son resultantes buscadas adrede y obtenidas por lo general al plantearse situaciones contrastantes, antagónicas, en la comedia pura, que es el cine cómico por antonomasia, lo grotesco, o lo burlesco o la astracanada, son su consecuencia. Esta se consigue por la mímica, por el chiste directo y casi por sorpresa, el *gag* o por la reyerta entre adversarios que -como en el cine clásico- se lanzan platos de nata a la cara y destruyen lo que encuentran a su paso, peculiaridad que recibe el nombre de *slapstick*. Pero en su raíz, el *non-sense* es la clave del cine cómico, es decir, las situaciones que se plantean con una cierta lógica y se resuelven de manera insólita, inesperada, inaudita, sin sentido alguno[23]; de ahí la explosión en carcajadas".

Históricamente, la comedia era el más adecuado de los géneros cinematográficos desde los inicios del cine. Podemos de hecho afirmar que se trata del más antiguo, a la vez que prolífico. La comedia era el género que mejor se adaptaba a la nueva forma de representación, sobre todo en el periodo del cine mudo, por su carácter eminentemente visual y gestual.

Dirks (1999) señala diversos tipos de comedia audiovisual, que en nuestra opinión podemos considerar también como tipos de humor, o quizá con más propiedad, humor audiovisual. El objetivo común no es sino conseguir entretener y divertir, provocar la risa o al menos la sonrisa mediante la exageración de determinadas situaciones, personajes, comportamientos, o mediante el idioma, sacando provecho de las debilidades y deficiencias, tornándolas en motivo cómico. Entre las diversas formas de comedia que se distinguen, encontramos las siguientes:

1) *Slapstick*: Es el humor de payasadas. El término proviene de los tiempos en los que los cómicos o payasos se daban de bofetadas, haciendo sonar dos tablillas que imitaban el sonido de la bofetada, lo que provocaba la carcajada del público. Se trata de un tipo de comedia con mucha acción física, agresiva

y abierta, en la que se incluyen escenas de crueldad incruenta, sin dolor, que puede rayar la violencia, y gags visuales. Entre los representantes más conocidos de este tipo de comedia encontramos a Harold Lloyd, Stan Laurel y Oliver Hardy ("El gordo y el flaco"), Abbott y Costello, o el gran Peter Sellers. Este tipo de comedia se encuentra también en otras formas de representación, como los dibujos animados, en donde encontramos un buen ejemplo en los dibujos del Coyote y el Correcaminos.

2) *Deadpan comedies*: Que podríamos traducir por "comedias de cara de palo", caracterizadas por la absoluta inexpresividad de su representante más conocido, Buster Keaton, que no se inmutaba por ninguno de los diversos contratiempos que le ocurrían.

3) *Comedia verbal*: Tipificada por los juegos de palabras y los malabarismos del lenguaje, y ejemplificada por las insinuaciones sexuales de Mae West, los complejos y retorcidos diálogos de los magistrales Hermanos Marx y, ya más hacia nuestros días, el humor retraído y elaborado de Woody Allen.

4) *Screwball comedy* (comedia de disparate): Suelen ser historias románticas, sofisticadas y desenfadadas, con frecuencia centradas en la lucha de sexos. Suelen incluir gags visuales, personajes chiflados, en medio de una trama a ritmo rápido, articulada por diálogos en tono de broma que reflejan las tensiones sexuales y los conflictos de pareja, que suele ser bastante excéntrica. Se nos vienen inmediatamente a la memoria parejas arquetípicas como Katharine Hepburn y Spencer Tracy, o Cary Grant y la propia Hepbrun.

5) *Black or Dark comedies* (comedias negras): Se trata de historias que nos acercan asuntos serios y pesimistas como la guerra, la muerte o la enfermedad, con una visión sarcástica y un humor negro, salvaje incluso. Pensemos en algunas de las obras de Woody Allen, de los Hermanos Marx, o de los magníficos Monthy Python, capaces de poner boca abajo a la más pintada de las instituciones, a la historia o a los valores universales con una cruda sofisticación imparable.

[23] Esto entronca con nuestra concepción del humor basado en la incongruencia, que trataremos más adelante.

6) *Parody* o *Spoof* (parodia o burla): Aquí se ridiculiza el estilo, las convenciones, fórmulas o motivaciones de una obra seria. De nuevo, hemos de mencionar a los Hermanos Marx, pero también a Mel Brooks, especialista de la parodia.

Quizá sean los programas de humor también, en el medio televisivo, uno de los subgéneros de entretenimiento más importantes y que está directamente relacionado con el presente trabajo. En ellos predomina una línea argumental concreta con unos personajes determinados, donde el lenguaje, o más concretamente el uso del mismo en relación con la trama, los contextos y los personajes, tiene vital importancia, sobre todo en lo que respecta a la traducción audiovisual del humor en cualquiera de sus modalidades principales (doblaje o subtitulado). En este sentido también queremos resaltar el carácter híbrido del subgénero cómico o de humor, que Agost engloba principalmente en el ámbito de los géneros dramáticos. Para nosotros, este subgénero casi sería merecedor, por su importancia y presencia, de una categoría propia. Como ejemplos, podemos destacar numerosas teleseries o comedias de situación, en su inmensa mayoría de procedencia estadounidense o británica: *Friends*, *Frasier*, *Mr Bean*, *El príncipe de Bel Air*, *Cosas de casa*, *Un chapuzas en casa*, *Bill Cosby*. Nos parece interesante abordar la denominación de muchas de estas series, esto es, la traducción que del título original se hace al español, en muchos casos muy alejada del original, produciéndose una importante pérdida de contenido referencial cultural respecto al texto origen. Más adelante analizaremos con más detenimiento este aspecto, que se repite en el caso de las películas y, más concretamente, de la que forma nuestro corpus. Creemos que este es un aspecto muy importante que no ha sido hasta el momento apenas estudiado y que explica muchos de los "fallos" o "cojeras" en la traducción de series o películas de humor al español (Fuentes, 1996, 1998).

Tabla número 4

Géneros de entretenimiento	
Narrativo	programas sobre la vida social
Instructivo	programas de gimnasia [cocina, salud, bricolaje, etc.]
Conversacional	concursos, magazines
Retórico	programas de humor
Predictivo	Horóscopo

(Agost, 1996)

La clasificación de Agost en estos cuatro macrogéneros (informativos, publicitarios, dramáticos y de entretenimiento) viene a demostrar el indudable carácter heterogéneo de los géneros audiovisuales. Coincidimos con esta autora en que es precisamente esta particularidad la que dificulta (junto a la constante evolución -y revolución- de los diversos géneros y subgéneros) una clasificación más definitiva y estructurada. Su propuesta nos parece una gran aportación en un ámbito poco definido, tanto por las características inherentes y volubles de los propios medios y géneros audiovisuales, como por lo inexplorado del terreno, y constituye sin duda un buen punto de partida sobre el que estructurar, modificar o perfeccionar este campo.

5.- Aspectos profesionales y técnicos de la traducción audiovisual, con especial referencia al caso de España

En este capítulo no pretendemos abordar la definición y clasificación de los distintos modos de traducción audiovisual, y que se utilizan tanto para el medio cinematográfico como para el televisivo, entendiéndolos como los dos más extendidos y que son objeto de estudio en el presente trabajo el doblaje y la subtitulación. A nuestro entender, estos aspectos ya han sido tratados exhaustivamente por expertos en la materia, como Roberto Mayoral, Federico Chaume o Jorge Díaz, entre otros.

Nuestra intención es más bien analizar algunos de los elementos que integran estos modos de traducción audiovisual y que no han sido apenas investigados hasta el momento, deteniéndonos en los distintos aspectos profesionales y técnicos que influyen directamente tanto en el proceso de traducción audiovisual como en el producto final resultante, así como algunas propuestas de posible mejora. Se completa el capítulo con una visión general de la traducción audiovisual en España, apuntando sus implicaciones en el conjunto de los distintos agentes que intervienen en el proceso: estudios de doblaje y subtitulación, productoras audiovisuales (cine y TV), canales de TV (terrestre, por satélite, por cable, digital terrestre) nacionales y autonómicos, aspectos legislativos, profesionales y técnicos.

La información contenida en este capítulo ha sido elaborada a partir de un estudio crítico detallado de la situación actual de la traducción audiovisual, contando para ello con las inestimables y necesarias opiniones actualizadas de diversos traductores, ajustadores, directores de doblaje, supervisores lingüísticos y responsables de gestión de materiales audiovisuales de dilatada experiencia en el sector en España.

a) La traducción audiovisual en España hoy

En España el modo de traducción audiovisual habitual es, desde hace tiempo y por motivos particulares, el doblaje[24]. La presencia de la subtitulación es mucho más discreta en España (si bien su presencia ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años en los diversos modos de difusión audiovisual, televisiva sobre todo), quedando prácticamente restringida, en el caso del cine, a unas pocas salas en las principales capitales (Madrid y Barcelona, primordialmente), y en el caso de la televisión, a emisiones en horarios de poca audiencia (normalmente de madrugada) o como parte de la multidifusión de una película en canales de pago. Este tipo de subtítulos son subtítulos abiertos, esto es, aparecen en la pantalla y forman parte integrante del texto audiovisual cinematográfico o televisivo.

En los últimos tiempos, los distintos canales de televisión han incluido en sus emisiones la posibilidad de subtítulos opcionales o cerrados (*closed caption* o *closed subtitling*) a través del teletexto. En todo caso, en la mayoría de los casos se trata de subtítulos intralinguales, dirigidos a personas sordas o con capacidad de audición limitada. Generalmente, estos subtítulos consisten en una condensación realizada a partir del texto traducido que se utiliza para la versión doblada.

Los espectadores (receptores del texto audiovisual) se quejan con frecuencia de la mala calidad de las traducciones de las películas que ven, ya sea en versión doblada o subtitulada. Existen diversos motivos que pueden ayudar a comprender mejor estas quejas:

En primer lugar, existen diversos problemas que afectan o influyen en el proceso de traducción audiovisual en España, tanto a nivel nacional como a nivel regional:

1. Formación escasa: La mayoría de los traductores que trabajan en este sector empezaron a hacerlo de distintas maneras y fueron adquiriendo sus conocimientos sobre la marcha, de forma autodidacta o mimética. La gran mayoría de los traductores, salvo contadas excepciones, cuenta sólo con una formación académica limitada y poco documentada, que les sirve de poco para poder desarrollar bien esta especialidad, donde se mezclan, y mucho, los conocimientos teóricos con los aspectos profesionales y crematísticos de la profesión. A pesar de que España es un país con una larga y seria tradición de doblaje, la masificación y aparición de las cadenas privadas de televisión

[24] Para un análisis detallado de estos motivos, ver Ballester, 1995a y 1995b.

ha abierto el mercado a muchas personas de escasa formación, que han llegado a consolidar su puesto en este mercado, independientemente de su calidad, que, en muchos casos, es baja o muy baja.

2. Documentación, referencia, escuela y estilo: Existen pocos modelos que tomar como referencia o en los que basarse. Durante la época dorada del doblaje español (años 60) se llevaron a cabo excelentes traducciones audiovisuales, pero aquellos traductores no crearon escuela porque su trabajo era anónimo. Se trataba de un trabajo mucho más anónimo que el de los actores, pues al menos estos se hicieron un nombre en la profesión[25].

   Por otra parte, el lenguaje es subsidiario en esta especialidad y, de antemano, el espectador presupone que la traducción debe ser buena. Sólo cuando la traducción es muy mala el espectador cae en la cuenta de que está viendo un mal producto. La literatura especializada al respecto es muy poca, con poca producción científica, pocos artículos y menos libros, y el tiempo dedicado a esta materia en congresos y círculos académicos es también muy escaso, a pesar de representar uno de los mayores mercados de la traducción en el mundo[26]. No son pocos los que opinan (entre los que nos incluimos) que algunos han teorizado esta especialidad (lo cual es muy positivo) acuñando, a título personal, terminología propia que luego el lector, el estudiante, o el profesional no pueden aplicar porque nadie la utiliza en el mundo real.
3. Distancia entre el mundo académico y el mundo profesional: Algunos de los principales estudios de doblaje de España ignoran que existan asignaturas especializadas en la traducción audiovisual en las facultades de traducción e interpretación españolas. Este hecho ya es de por sí bastante revelador. Los traductores audiovisuales muestran su unanimidad al preguntarles si se les invita a participar en congresos y foros (la respuesta es un NO rotundo) y, por lo general, parece que se cuenta muy poco o nada con ellos para obtener información sobre aspectos de la traducción audiovisual profesional[27]. Por

[25] Para un análisis más detallado sobre el doblaje y los actores de doblaje en España, ver Ávila 1997b.
[26] Los estudios predicen un auge enorme de este sector en los próximos años: un reciente estudio realizado por Research Associates indica que la oferta televisiva crecerá en España un 19 % hasta el 2002 y un impresionante 86,7 % hasta el 2012 con respecto a la disponibilidad actual. Por otra parte, el reciente estudio prospectivo de la consultora Arthur Andersen y la Universidad de Navarra "La televisión en España: análisis prospectivo (2000-2005)" indica que la televisión temática (especialmente lo que concierne a las películas y las series) tendrá más telespectadores que la generalista.
[27] De hecho, la totalidad de los traductores audiovisuales consultados se mostraron sorprendidos de que se les pidiese su opinión para la realización del presente trabajo.

> otra parte, la realidad apunta a que en numerosas ocasiones muchos estudios de doblaje, en un ejercicio de excesiva picardía de mercado, intentan camuflar la posible cooperación con las instancias académicas para conseguir mano de obra aún más barata de la que ya tienen (en este sentido, España es el país de Europa en el que peor se pagan las traducciones audiovisuales, con la excepción de Portugal y Grecia).

Nos gustaría completar la enumeración de los principales problemas que aquejan a la TAV en España resumiendo algunos de los expuestos por Chaume (2000 : 81), y que suscribimos con rotundidad por considerar muy acertada, necesaria y justa su reivindicación:

- vacío legislativo respecto a los profesionales de la traducción audiovisual, frente al reconocimiento de actores de doblaje, técnicos de sonido, directores de doblaje, etc.,
- inexistencia de legislación fiscal específica adaptada a las características del mercado en este sector,
- inexistencia de un colegio o asociación profesional que vele por unas prácticas profesionales justas y equitativas. En este sentido, sin embargo, parece empezar a existir cierta concienciación de asociacionismo. Recientemente se ha creado un foro de debate en internet que agrupa a los traductores de textos audiovisuales que tienen el español como combinación lingüística[28]. Este foro está demostrando ser un útil y activo instrumento de consulta, intercambio de opiniones y de información entre los profesionales del sector (el grupo cuenta en la actualidad con casi un centenar de miembros, entre traductores profesionales, investigadores y docentes), y contribuye al debate y la difusión de los temas que conciernen a la TAV en el mundo hispano,
- inexistencia de normativas o criterios de control de calidad de los productos audiovisuales doblados o subtitulados, tanto a nivel nacional como a nivel europeo,
- no reconocimiento de la labor del traductor como autor de la versión traducida en los títulos de crédito de las producciones audiovisuales, sobre todo en televisión. En nuestra opinión, además de ser una reivindicación justa reconocida por instituciones internacionales

[28] La dirección en internet de dicho foro es la siguiente: http://www.egroups.com/trag

como la UNESCO (Nairobi, 1976), esto supondría un instrumento de control de calidad de las traducciones.

En este orden de cosas, cabe preguntarse cuál es el estado de salud de la situación audiovisual en España, esto es, de la traducción audiovisual, ya sea para doblaje o para subtitulación.

Las opiniones apuntan a que, si por "salud" se entienden ingresos y beneficios de los traductores, eje del proceso, es muy mala. Si por "salud" se entiende calidad en el producto el fiel se situaría más bien en el lado positivo. A decir de los propios agentes, "existen muchos malos traductores, pero también excelentísimos traductores, aunque son una minoría entre la minoría"[29]. En términos generales, la situación audiovisual está empezando a remontar la grave crisis sufrida por el mercado en el periodo 1996-97. Tras la aparición de las grandes cadenas privadas de televisión, la consigna fue doblar absolutamente todo, produciéndose la crisis, con la huelga de los actores de doblaje, el cierre de numerosos estudios (tanto en Madrid y Barcelona como en capitales de la periferia), el intrusismo, la bajada de precios, etc. En los últimos tiempos están emergiendo nuevas formas de difusión audiovisual (plataformas digitales terrestres y por satélite, cable, DVD, etc.), lo que ha supuesto una tímida mejora del sector. Sin embargo, esta mejora ha llegado en un momento en el que el mercado estaba estancado en las tarifas de 1990. En lo que respecta a las cadenas de televisión, algunas de ellas pagan incluso menos que hace ocho años, lo que inevitablemente afecta a todos los eslabones de la cadena.

b) El papel de los centros académicos de Traducción e Interpretación

Durante los últimos años se ha multiplicado el número de centros de enseñanza de traducción e interpretación en España, tanto públicos como privados, y en la actualidad nueve de las diecisiete Comunidades Autónomas españolas cuentan con al menos un centro universitario público o privado dedicado a la enseñanza de la traducción y la interpretación. Esto ha supuesto, sin duda, un gran avance en la difusión de estas disciplinas y en la mejora de la profesionalización del sector en nuestro país.

[29] Es justo reconocer la labor de excelentes traductores audiovisuales de este país que sin embargo permanecen en el ostracismo. En este sentido, debemos señalar los nombres de María José Aguirre de Cárcer, traductora de series de renombrado éxito como *Los Simpson* (la Fox acaba de distinguir el doblaje de *Los Simpson* en España como el mejor de Europa [ABC, 21-8-2000], aunque como de costumbre la figura del traductor no aparece por ninguna parte, y queda tapada por la de los actores de doblaje) y *Expediente X*, o de Alicia Losada, decana de los traductores audiovisuales españoles, y su hijo Eduardo Post, también traductor, autores de las geniales traducciones de producciones como *L.A. Confidential*, *Fraser*, *Evasión en la granja* o series de *El show de los Teleñecos*.

En varios de estos centros se imparten asignaturas, cursos o seminarios de especialización en traducción audiovisual (cabe destacar los casos de Granada y Castellón, con los profesores Roberto Mayoral y Federico Chaume, respectivamente), con lo que esto supone de avance positivo en el estudio, difusión y profesionalización de la TAV[30]. No obstante, la entrada del mundo académico en la TAV profesional no ha comportado resultados todo lo satisfactorios que se hubiera deseado. A pesar de lo loable de los objetivos y las intenciones iniciales, en cierto modo esta reciente presencia del mundo académico ha empeorado un tanto el mercado, todo lo contrario de lo que se esperaba cuando se produjo la aparición. En muchos casos, los traductores salen de las facultades desanimados por los profesores y sobre todo muy poco o nada informados sobre la realidad de los aspectos profesionales y del mercado. En el campo audiovisual salen aún más desinformados si cabe y, al no contar con un mínimo de experiencia, se atreven a exigir menos. Desgraciadamente, y es algo real, parece haberse hecho común entre las empresas del sector la expresión "por la mitad de precio me lo hace un licenciado en 24 horas".

c) Ubicación de la TAV en España

Tradicionalmente, la traducción audiovisual en España se ha realizado casi exclusivamente en Madrid y Barcelona. Con la llegada de las televisiones autonómicas, el mercado se diversificó un tanto. No obstante, la realidad revela que el sector sigue estando muy centralizado en estas dos capitales. La razón principal es que el mercado de la traducción está allá donde están las voces de los actores de doblaje. Con la creación de las televisiones autonómicas, se hizo necesario crear toda una cantera de actores de doblaje para el gallego, el vascuence y el valenciano. En el caso catalán no se hizo sino aumentar su volumen y ampliar el número de actores, algo que, desde un punto de vista económico, resultó muy provechoso. Por tradición, la mejor formación y profesionalidad está en Barcelona y Madrid. Precisamente en Barcelona se crearon los primeros estudios de doblaje y allí siguen hoy algunos de los más antiguos en funcionamiento. En opinión de muchos, allí están los mejores dobladores y, no en vano, allí se hacen los mejores trabajos de TAV para cine. En cuanto a televisión, en Madrid quizá se doble algo más. Tras estas dos ciudades principales vendrían, a cierta distancia, Galicia, Valencia, Bilbao y Sevilla. En todos estos lugares existen buenos actores de doblaje, pero la suma de todos los factores (mala formación de los dobladores, precios más bajos en todos los procesos,

[30] En este sentido, los trabajos de Mayoral (en prensa) aportan un magnífico análisis sobre las relaciones universidad-mercado y sobre los campos de estudio y trabajo en traducción audiovisual.

traductores mal pagados, falta de tradición asentada, malos directores de doblaje, doblaje de material de menor calidad, etc.) no ayuda a que el producto sea de buena calidad.

d) Las condiciones laborales de los traductores audiovisuales en España

Los traductores audiovisuales españoles se quejan a menudo de las condiciones de trabajo en las que se desenvuelve su actividad: sueldos míseros, plazos de entrega excesivamente cortos, influencia negativa de los intermediarios, etc.

Uno de los mayores problemas a que se enfrenta el traductor audiovisual es el desconocimiento del cliente; el traductor no sabe para quién es el encargo de traducción. En todo caso, su conocimiento en este sentido suele terminar en el estudio, que, en contra de lo que se pueda pensar, no es un intermediario, sino el cliente final. Con frecuencia no se llega a saber para qué televisión o incluso formato es la traducción que se realiza (televisiones nacionales, vídeo, cable, plataforma digital por satélite, DVD, televisiones autonómicas [FORTA], etc.). Cuando es el estudio el que factura, la cadena de televisión no desglosa el gasto de traducción, sino que suele cobrar una cantidad fija. Por tanto, se trata de clientes finales a todos los efectos.

En lo que respecta a los plazos de entrega, suelen ser demasiado breves. Los estudios agradecen la rapidez en la entrega del trabajo realizado. El traductor es el primer eslabón de la cadena y casi todo el trabajo está detenido a la espera de la traducción terminada, lo que conlleva una presión considerable sobre la figura del traductor. La calidad del estudio para el que se trabaje y, sobre todo de los productores del estudio, es fundamental, y facilitará la labor del traductor, ya que sabrán adelantarse e ir dividiendo en *takes* los diálogos antes de que el traductor termine, o incluso harán un plan de doblaje por adelantado, previendo el número de personajes, etc. También influye en la premura la disposición del director / ajustador de doblaje: si esta persona sólo puede ajustar un día determinado, el traductor deberá adaptarse a esa condición. Esta presión se incrementa si a este factor se le suma la disposición de ciertos actores de doblaje.

Los sueldos son bajos. De hecho, son muy pocos los que pueden vivir exclusivamente de los ingresos como traductor de películas de televisión (en cine los pagos son un poco más altos, pero aún así se necesita un volumen de traducción muy continuo

para poder mantenerse). Los traductores son los más directamente afectados por la bajada de precios en el sector. Por otra parte, tampoco existe unidad en el gremio. Por asombroso que parezca, muchos traductores audiovisuales no saben cuánto cobran sus colegas. Existe un secretismo patente un tanto absurdo en torno a las tarifas, y son pocos los que se atreven a hablar abiertamente de cuánto cobran, lo que en muchos casos es sospechoso de competencia desleal.

e) La debatida figura del ajustador

Algunos investigadores (Chaume, 2000: 62, por ejemplo) han analizado la propuesta del ajustador, y han reivindicado la idoneidad de aunar la figura del traductor y la del ajustador, en pro de una mejor calidad del producto final y una mayor coherencia del proceso de trabajo, postura que suscribimos plenamente. Sin embargo, la industria del sector se muestra muy reacia a fusionar estas dos figuras, o quizá sería más adecuado decir que no es tanto la industria como el director de doblaje, que suele ser el encargado de realizar dicha actividad, y cobrar por ello. En algunos casos esta tarea se ha adjudicado al traductor, pero también se han dado casos en los que el propio director de doblaje ha calificado de mala la labor de ajuste del traductor, insistiendo en llevarla a cabo él mismo. En esta tesitura el estudio no tiene dudas, y se lo otorga al director de doblaje. Por otra parte, existen estudios que cuentan con lingüistas-subtituladores-ajustadores en plantilla, que ajustan el trabajo y se lo entregan preparado al director. A veces, son personas con un sueldo relativamente bajo que se encargan de realizar todos esos trabajos (sobre todo en comunidades autónomas con lengua propia, donde la figura del lingüista es obligatoria).

Se suele criticar la poca capacidad y formación lingüística y cultural de los ajustadores, algo que en principio el traductor sí tiene. Se ha comentado que esto se debe a un poder casi omnímodo de los estudios y los agentes participantes en el proceso de doblaje (actores, directores de doblaje, ajustadores). La experiencia apunta a que en realidad es una pura cuestión de rentabilidad en unos casos (por parte del estudio) y de acaparamiento (por parte de los directores) en otros.

Otro caso sería, en el caso de la subtitulación, el del dinero que se ahorran algunos estudios en la subtitulación para televisión, que es muy rentable. Cuando una determinada cadena de televisión encarga la subtitulación de una película a un estudio de doblaje dado (a quien paga una cantidad de dinero sustanciosa), el estudio tiene en principio tres gastos: localización, traducción e impresión en vídeo.

Para evitar que el traductor facture la "localización" (no confundir con la terminología utilizada para la traducción de informática; se trata de la tarea de cortar los diálogos originales en subtítulos, tomar medidas, etc.), el estudio encarga al traductor que realice la traducción como si fuera para doblaje. Luego usan a uno de sus empleados (con conocimientos lingüísticos escasos en la mayoría de las ocasiones) para que tome la traducción para doblaje, la seccione en subtítulos (alterando a menudo con ello la traducción original, cortando y ampliando a libre albedrío), y la introduzca en la máquina de impresión de subtítulos. Esta tarea puede realizarse en cuatro o cinco días, y el único gasto será la factura del traductor, puesto que el "ajustador" está en nómina en el estudio. Todo el proceso de trabajo puede reportar al estudio unas 350.000 pesetas, de las que, a lo sumo, apenas 50.000 corresponderán al traductor.

f) La figura del supervisor lingüístico

La figura del supervisor o verificador lingüístico se restringe básicamente al ámbito televisivo, donde ha existido hasta hace pocos años en diversas cadenas de televisión nacionales. Esta figura se incorporó también a las diversas televisiones autonómicas con lengua propia con el nacimiento de estas cadenas. No obstante, las motivaciones para su inclusión en las plantillas son distintas en un caso y en otro. Su labor en las televisiones nacionales consistía en realizar un seguimiento y un control de calidad de los productos audiovisuales de producción extranjera (producción ajena) y, más concretamente, de las traducciones que de ellos se realizaran, detectando posibles fallos e introduciendo las correcciones oportunas antes de que la traducción de los textos audiovisuales pasara a la fase de doblaje o subtitulación. En el caso de las televisiones autonómicas estos objetivos se ven matizados por criterios de defensa y normalización lingüística, o reivindicación cultural o política, más o menos definidos. En todo caso, no se trata tanto de una cuestión política como lingüística. La televisión debe promulgar la norma lingüística, que a veces no está demasiado fijada, debido a la escasa tradición escrita de algunas lenguas y a la variedad de dialectos, como ocurre en Galicia, el País Vasco y Cataluña. El problema común en el País Vasco, Valencia, Galicia y Cataluña (aunque aquí menos) es la inexistencia de registros: el delincuente habitual habla el mismo idioma normativo que el aristócrata, con lo que el lenguaje resulta falso y forzado. El doblaje no refleja el habla popular, preñada de castellanismos y otros barbarismos. Paradójicamente, las series de producción propia más vistas en Galicia y Cataluña (que de por sí constituyen un verdadero fenómeno mediático de masas) son series en las que los lingüistas no han podido intervenir. Así, en la gallega *Mareas vivas* se habla un

dialecto costero de Galicia con acento fortísimo y seseo. En la catalana *Plats bruts* (Platos sucios) se habla el dialecto de los jóvenes urbanitas barceloneses, con castellanismos e incluso frases o palabras directamente en castellano.

En los últimos tiempos, las televisiones nacionales (TVE o Canal +[31], entre otras), han ido suprimiendo de sus plantillas la figura de los supervisores lingüísticos, esgrimiendo motivos de ajuste presupuestario. A partir de 1993 empezaron a producirse recortes de presupuesto en todas las televisiones y los primeros afectados fueron los supervisores lingüísticos en todas las cadenas nacionales. Sólo se conservan en las televisiones autonómicas, donde el idioma se cuida con mucho esmero porque el objetivo de la televisión es, precisamente, promover su uso. Esto plantea directamente una enorme paradoja: ¿por qué nadie parece cuidar del castellano, pero sí del vascuence, el gallego, el valenciano o el catalán? Según hemos podido constatar[32], en esas televisiones autonómicas existen lingüistas en los estudios, en los informativos, en los departamentos de doblaje, etc. Con frecuencia se descartan secciones enteras de doblaje por cuestiones de matiz que podrían parecen mínimas: una "a" mal cerrada, una "l" demasiado nasal, un castellanismo, etc. En nuestra opinión, sería muy deseable que existiese (por ley, nos atreveríamos a decir) algo cuando menos parecido en las televisiones nacionales, que velara por el buen uso del castellano en el marco de las televisiones de difusión nacional.

g) Posibilidades técnicas y mercado

Como se ha señalado anteriormente, la casi totalidad del trabajo de traducción audiovisual en castellano se limita a Madrid y Barcelona. Sin embargo, cabe plantearse cuáles podrían ser las ventajas de la aplicación de las nuevas tecnologías al sector. Los avances técnicos ya permiten, en principio, el teletrabajo en numerosos campos de la traducción. Los estudios arguyen que sólo quieren trabajar con traductores radicados en Madrid o Barcelona porque en términos de tiempo y logística es la única forma posible de que esos cuenten con el material de trabajo (cinta de vídeo y guión). No obstante, dichos avances técnicos permiten hoy día, junto a la mejora de las redes de comunicaciones, la compresión digital de una película o serie en archivos de vídeo y audio (el nuevo formato MP4 permite

[31] Canal + contaba hasta hace dos años con un supervisor lingüístico jefe y varios supervisores adjuntos. Su introducción en el organigrama de la cadena respondía a un criterio de calidad en la traducción de las producciones extranjeras, justificado por el hecho de que se trata de una cadena de pago, cuyos abonados esperan un valor añadido del producto. Canal + suprimió en 1998 la figura del supervisor lingüístico por motivos económicos, a pesar de que el número de abonados tanto al canal como a la plataforma digital de Canal Satélite Digital ha seguido en aumento.

[32] Agradecemos en este sentido la información facilitada por Martí García Ripoll, supervisor jefe de TV3.

enormes niveles de compresión de audio y vídeo, así como una notable reducción en el tamaño de los archivos y una mayor velocidad de descarga), a la vez que los guiones pueden enviarse también como archivos de texto sobre los que trabajar en el ordenador. En principio, cabría pensar que esto hace posible que los traductores audiovisuales pudieran trabajar desde cualquier sitio. Sin embargo, parece que algo impide el desarrollo de estas posibilidades, que sin duda impulsarían y mejorarían el campo de la TAV y, por ende, el producto.

Técnicamente, como decimos, parece viable un avance de este calibre. Podría decirse, sin embargo, y utilizando la terminología del profeta de las tecnologías de la información Nicholas Negroponte, que mientras todo se convierte en bits a nuestro alrededor, hay muchas cosas que siguen estando formadas por átomos. El plazo normal para el proceso de doblaje o subtitulación de una película de largometraje, incluida la traducción del texto audiovisual, suele estar en torno a los diez o quince días, pero en algunos casos es sólo la mitad de ese tiempo. Los dos únicos materiales de trabajo con que cuenta el traductor están, en la casi totalidad de los casos, en formato tangible (cinta VHS para la película y papel para el guión). Las cadenas de televisión cuentan con un "Departamento de tráfico de materiales" que se encarga de vehiculizar los productos hacia los distintos agentes (estudios de doblaje, traductores, etc.). En el caso del cine, la situación no está tan restringida, puesto que al existir más dinero de producción, hoy día es más fácil poder conseguir las listas de diálogos y de subtítulos en formato electrónico.

La digitalización de las imágenes parece ser algo tabú todavía. El temor al pirateo de las películas hace que las productoras y distribuidoras de cine se nieguen a facilitar al traductor imágenes de la película. Es frecuente que la productora o distribuidora prefiera hacer un pase privado de la película para el traductor, antes que facilitarle una cinta de vídeo con la película. Cuando sí acceden a facilitar dicha copia en vídeo, este suele estar en blanco y negro, o sin banda sonora, y la imagen cruzada por una banda negra con la leyenda "propiedad de ...".

Entre las nuevos formatos de traducción audiovisual están el DVD, que abre enormes posibilidades al desarrollo de la TAV, ya que la mayor capacidad de almacenamiento de datos permite que un DVD pueda incorporar hasta 8 bandas de audio distintas (lo que significa poder elegir entre ocho idiomas distintos para ver el texto audiovisual). Lo mismo ocurre con los subtítulos, pudiendo contener subtítulos hasta en 32 idiomas diferentes. Esto representa también nuevas posibilidades de

visualización para los receptores (espectadores), que podrán comprobar la calidad de los subtítulos y el doblaje efectuado en varios idiomas, lo que a su vez va a exigir un control de la calidad de las traducciones audiovisuales mucho más exhaustivo.

Otra de las posibilidades futuras fruto de la creciente digitalización de las imágenes será la de la difusión directa de las producciones audiovisuales a las salas de cine vía satélite. Esta modalidad de difusión audiovisual empieza a extenderse en Norteamérica y supondrá una revolución en las distintas etapas de los procesos de traducción, doblaje y subtitulación de las películas, tanto en los métodos de trabajo como en los plazos de ejecución y las herramientas y medios utilizados.

h) El modelo de traductor audiovisual

Vistas las características del sector y de los agentes que intervienen en el proceso de traducción audiovisual, incluido el primer y fundamental engranaje, el traductor, cabría preguntarse cuáles serían los rasgos que caracterizarían a un modelo de traductor audiovisual y qué presupuestos culturales o cognitivos debería poseer.

A nuestro parecer, un traductor audiovisual debe ser un buen guionista. En este sentido, una formación adicional como guionista puede ser muy útil. Debe ser un gran cinéfilo y ante todo ser una persona de curiosidad inagotable, con un bagaje cultural muy amplio y diverso. Tiene que conocer profundamente, aunque no de un modo teórico, los registros de la LT, ser un buen oyente de lo que ocurre en los distintos contextos situacionales (en la calle, en la escuela, en la oficina, en el mercado, etc.), ya que estos contextos no son sino escenarios para los textos audiovisuales que se traducen. Por otra parte, es fundamental tener en cuenta la oralidad (particularmente en el caso del doblaje): muchos de los errores apreciados en las traducciones audiovisuales son consecuencia de una excesiva literalidad y una falta de oralidad. Tienen fluidez de texto escrito, pero no de texto oral. Corroborando la opinión del genial traductor audiovisual Xosé Castro, “cuando se traduce una película se está haciendo, en realidad, una interpretación consecutiva que luego se transcribe”.

6.- Los estudios sobre recepción: estado de la cuestión

a) Análisis y medición de la recepción

En los últimos tiempos, y estimulados por el surgimiento de nuevas formas o variedades de medios de comunicación, se han llevado a cabo diversos estudios sobre la recepción de los materiales producidos. En la mayoría de las ocasiones, estos estudios (que por otra parte son cada vez más frecuentes, numerosos y especializados) se centran en un análisis de los productos y su recepción general, como producto aislado, sin atender a aspectos más concretos de elaboración o postproducción de los mismos, como pueda ser el caso de la traducción de los productos audiovisuales a idiomas distintos de los de su producción inicial. De cualquier modo, y en el caso que nos ocupa, esto es, la traducción audiovisual, los estudios sobre la recepción suelen ser casi exclusivamente estudios de audiencia, y no de calidad del producto final, y suelen restringirse a los distintos canales de televisión, ya sea de difusión terrestre o vía satélite. En España, por ejemplo, es el caso de los llamados "EGM" ("Estudio General de Medios", realizados periódicamente, cuya representatividad no es siempre lo objetiva que se podría desear). Los estudios, lamentablemente, no analizan las producciones audiovisuales para cine. Dichos estudios sirven, principalmente, a las productoras y canales de televisión, para adecuar mejor los contenidos a las preferencias de los espectadores (mediatizadas o inducidas en ocasiones por dichas productoras o canales), y no atienden tanto a criterios de calidad o análisis de la recepción final del producto en los espectadores, algo que, en nuestra opinión, es necesario y redundaría en una mejora de los productos y, por ende, de los niveles de audiencia de las producciones audiovisuales.

b) Estudios del medio audiovisual

En lo que respecta a estudios específicos sobre reacciones concretas de los espectadores, se han venido realizando algunos estudios referidos, por ejemplo, al estudio de la audiencia (Moores, 1993), los modos de interpretación y análisis de un medio audiovisual concreto (Fiske y Hartley, 1992), los intereses del público (McQuail, 1992), etc.

c) Estudios psicológicos sobre la percepción del humor

En cuanto a la recepción del humor y la recepción de las alusiones culturales, en los últimos tiempos se han llevado a cabo diversos estudios desde perspectivas diferentes, si bien los más numerosos son los estudios psicológicos realizados sobre la percepción del humor y los que analizan el humor desde un punto de vista cognitivista (como Shultz, Giles et al.; en Chapman y Foot, 1995), social (Chapman, op.cit.), fisiológicos (Godkewitsch, op.cit.), o de la incongruencia (Rothbart, Nerhardt, La Fave et al.; op.cit.) mediante procedimientos experimentales.

Cabe señalar también la serie de estudios realizados por varios grupos de investigación del Departamento de Psicología de la Universidad de Ithaca, en el estado de Nueva York, Estados Unidos, y que se centran en el estudio de la percepción del humor y su manipulación, estableciendo distintas variables. Destacan algunos estudios expuestos sobre las diferencias sexuales en las respuestas a los chistes racistas, sexistas, sexuales, absurdos o agresivos (Ingrando, 1980), sobre las preferencias y las prácticas humorísticas de mujeres y hombres (Crawford y Gressley, 1991), un análisis empírico de la conducta de los niños bilingües en un contexto televisivo multicultural en EE.UU., o incluso los efectos de la forma de sentarse sobre la apreciación del humor (Yates y Miller, 1982). Quizá uno de los estudios más interesantes desde el punto de vista de nuestro trabajo sea el de Olson y Roese (1995), en el que se analiza el grado de humorismo o jocosidad que se percibe a partir de determinados estímulos humorísticos. El estudio, que se realizó sobre un grupo de 150 estudiantes de psicología de la universidad canadiense de Western Ontario, parte de la premisa de que existen dos factores principales que determinan la percepción de lo humorístico: el entorno y la reacción a los estímulos.

En esta línea, cabe mencionar algunos estudios experimentales sobre la apreciación del humor, como el de Murrey y Whitthoft, de la University of Wisconsin-Rock County, en Estados Unidos, donde establecen como hipótesis, por un lado, el hecho de que los hombres encuentran más graciosos los chistes sobre mujeres y las mujeres los chistes sobre hombres, y por otro, que los hombres se consideran en general más graciosos, con mayor capacidad para apreciar lo humorístico y con mayor capacidad para contar chistes que las mujeres. Otros estudios de esta índole se centran en el establecimiento de lo que los individuos perciben como gracioso o humorístico (Fuller y Sheehy-Skeffington perfilan el concepto de "risa social" en términos de sugestión e interacción entre los sujetos ante un episodio humorístico: "*group laughter increases the expression of mirth and makes someone rate*

humorous material higher"). En nuestro estudio tuvimos muy en cuenta este aspecto, y llevamos a cabo nuestro experimento con cada individuo de forma asilada, a fin de evitar cualquier sugestión o interacción que pudiera desvirtuar los resultados o las motivaciones personales de cada uno.

No obstante, y a pesar del interés de los estudios mencionados y la validez de los presupuestos analizados, en nuestra opinión se trata en general de estudios poco exhaustivos en cuanto a la representatividad de las muestras analizadas (pocos individuos en algunos casos, o poco pertinentes en cuanto a su procedencia, en otros, como pueda ser el caso de los realizados con estudiantes de psicología, que pueden tener evidentemente una predisposición profesional al estudio, lo que puede desvirtuar los resultados).

d) Estudios experimentales en Traducción

El avance experimentado por los estudios de Traducción en los últimos años ha sido, afortunadamente, impresionante. La disciplina ha ido tomando forma con fundamento sólido y la emergencia de distintas corrientes de pensamiento ha favorecido el debate y el intercambio de ideas, conformando un cuerpo teórico bastante amplio y diverso, principalmente en el mundo occidental. No obstante, parece que el flujo de pensamiento teórico no se ha correspondido en su justa medida con un crecimiento en la aportación experimental y práctica en el campo de la traducción. Esto resulta cuando menos especialmente llamativo tratándose, como se trata en el caso de la Traducción, de una disciplina eminentemente práctica. Toury (1991 : 63) es certeramente sincero en este sentido al referirse a la ausencia casi absoluta de aplicación de métodos empíricos en la traducción: "*the application of empirical methods to translation has had, at best, marginal success (...) for a discipline which has long suffered from stagnation*". Toury hace una revisión de la presencia de los estudios experimentales en los estudios de traducción en los últimos años, revelando la escasa presencia de los mismos y el pobre y en ocasiones poco fundamentado uso de los métodos empíricos. Achaca esto no tanto a las deficiencias de los métodos utilizados como a la escasa variedad de hipótesis translacionales que podían someterse (o que merecían la pena) a experimentación. El autor repasa los estudios empíricos centrados en el producto (*cloze tests*, cuestionarios), los referidos al proceso, y los que se centran en los protocolos de pensamiento en voz alta (*think-aloud protocols* o TAPs). Sin embargo, Toury es optimista al respecto, y afirma que los tiempos están cambiando y que en la actualidad se establecen hipótesis que se prestan mucho más a la experimentación en el marco de su propia disciplina, frente

a la práctica tradicional de importar hipótesis externas y aplicarlas a fenómenos de traducción propios. Toury aboga por la consolidación de los estudios y prácticas empíricas en el marco de los estudios sobre la traducción:

> "*It is to be hoped that the mark of empirical studies will be more noticeable too, towards the establishment of a full-fledged, multi-facet theory of translation of a high explanatory (and some predictive) power*"
>
> (ibid.: 64)

e) Estudios sobre la recepción de las referencias culturales y la traducción

Es esta sin duda una de las áreas de la traducción que se encuentran más abiertas a la exploración y que ofrece (y demanda) investigación y aplicación directa a muchos campos de la vida cotidiana. Sin embargo, no es una excepción a la ausencia de estudios experimentales y empíricos a que nos referíamos antes. Históricamente, es un área poco o nada explorada hasta el momento, y ciertamente sobre todo en el mundo hispano.

Merece la pena sin embargo resaltar algunos notables ejemplos, que curiosamente se han realizado en el contexto nórdico, uno de los de más actividad e iniciativa en este sentido. El primero se refiere al estudio llevado a cabo por Jänis y Priki (1989 : 49-56) acerca de la recepción de las versiones traducidas al ruso de folletos turísticos finlandeses. El estudio pretendía recoger datos prácticos y reales sobre los receptores (lectores) de los folletos turísticos finlandeses traducidos al ruso, así como estudiar las reacciones de los receptores en términos comunicativos ante la información contenida en los folletos. Los resultados revelaron que, contrariamente a las hipótesis previas, los turistas de la entonces Unión Soviética estaban por lo general contentos con las traducciones al ruso de los folletos y estos parecían responder al patrón de información y modelo de formato al que estaban acostumbrados culturalmente.

Los estudios empíricos más exhaustivos y elaborados sobre las alusiones culturales parecen ser los de la finlandesa Ritva Leppihalme (1997), quien en un detallado estudio realiza un análisis empírico de la traducción de las referencias culturales. Este trabajo ha sido de crucial importancia e influencia para nuestro estudio, por su planteamiento, desarrollo, y las conclusiones alcanzadas. La autora mide, mediante cuestionarios y entrevistas, el nivel de recepción en los hablantes de una serie de

referencias culturales de la lengua inglesa y la cultura de habla inglesa, literarias en su mayoría. Además de analizar la función y el significado de las alusiones o referencias culturales, analiza también las estrategias que los traductores han llevado a cabo para su traducción. El grueso del trabajo se centra en entrevistas con los traductores y sobre todo sobre el receptor potencial, los lectores finlandeses en este caso. Leppihalme señala que su estudio:

> "*is neither a comparative study of source and target texts nor a purely descriptive study of translation strategies used. I thought it important not to lose sight of the needs of the end-users (the target-text readers) and of the novice translators in the classroom*".
>
> (ibid.: x)

Los resultados de su estudio revelaron que las estrategias predominantes en los textos término analizados eran el cambio mínimo de las referencias culturales vehiculizadas en una frase y el mantenimiento de las contenidas en nombres propios. Leppihalme concluye que la traducción de las palabras de las referencias culturales sin tener en cuenta sus significados connotativos y pragmáticos lleva a menudo a lo que ella denomina "*culture bumps*", esto es, traducciones que pueden ser confusas o impenetrables desde el punto de vista del receptor o lector final. Los resultados empíricos alcanzados apoyan la fundamentada recomendación de que los traductores deben tener en cuenta las necesidades de los receptores al elegir las estrategias de traducción de las referencias culturales, reivindicando el derecho de los lectores del TT (en su CT, concretaríamos nosotros) de recibir "*translations which work – successful translations are those that give readers the materials needed for participation in the communicative process*" (Leppihalme, 1997 : 197).

En nuestra opinión, el trabajo de Leppihalme es valiosísimo y representa un punto de partida necesario y muy útil. No obstante, a nuestro parecer este estudio sienta las bases para otros necesarios en campos fundamentales de la comunicación actual. El caso de la traducción audiovisual, y más concretamente del humor en este soporte, es sin duda uno de los más notables y de mayor crecimiento en los últimos tiempos, de ahí la validez e importancia de un estudio como el nuestro.

f) Estudios sobre la recepción de juegos de palabras estructurados sobre referencias culturales y la traducción

Los estudios empíricos referidos a la recepción de elementos (que pueden ser humorísticos) como los juegos de palabras estructurados sobre la base de referencias

culturales son aún más escasos, a pesar de que constituyen un corpus cada vez más numeroso en la sociedad occidental moderna, especialmente en el contexto audiovisual. Con nuestro trabajo pretendemos contribuir en cierta medida a llenar un tanto ese vacío. Leppihalme ya sentó un punto de partida importante, que tiene su extensión en otro más concreto sobre los juegos de palabras estructurados sobre la base de referencias culturales (Leppihalme, 1996 : 199-218).

Este tipo de juegos de palabras está en ocasiones tan marcado culturalmente que a veces el traductor no sólo tiene dificultades para traducirlos, sino incluso para localizarlos. Esto puede ocurrir con más frecuencia si el traductor es poco experimentado, situación esta que es especialmente notoria en el caso de la traducción audiovisual en España, sector en el que con demasiada frecuencia se recurre a traductores con escasa experiencia y conocimientos y priman criterios económicos, lo que redunda necesariamente en una mala calidad del producto final.

Una vez más, la autora insiste (y coincidimos plenamente con ella), por una parte, en la necesidad de una formación de los potenciales traductores orientada (en la medida de lo posible) al biculturalismo, a fin de que el traductor pueda reconocer el máximo número de instancias de contenido cultural y vinculación lingüística, en este caso. Por otra parte, se incide en el papel crucial del receptor (al fin y al cabo, y aunque en demasiadas ocasiones no se le tenga demasiado en cuenta, es el destinatario último y directo del producto, del TT), en la necesidad de considerar en todo momento las características de los mismos y sus expectativas, sin perder de vista la función de cada juego de palabras de base cultural. La traducción del mismo puede requerir diversas estrategias (incluida la omisión), pero en cualquier caso la traducción literal puede dar lugar a pasajes totalmente incomprensibles y que provocarán, en el mejor de los casos, una reacción de extrañeza en el receptor:

> "*target-text readers are unlikely to be familiar with many of the sources of source-text allusions, and that minimum change or "literal" translation as a strategy may on occasion result in passages whose lack of coherence will puzzle readers. (...) Above all, translators will need to consider the function of each instance of allusive wordplay, both on the macro- and microlevel. Alternative strategies may need to be considered in an attempt to produce a translation that will serve that function, without necessarily retaining the frame*".
>
> (Leppihalme, 1996 : 215)

Este aspecto se evidencia de un modo particular en las versiones en español del corpus de nuestro trabajo, en las que, y sobre todo en la versión subtitulada, los traductores han optado por recurrir a una traducción mayoritariamente literal, con el mínimo cambio en los elementos que constituyen los pasajes humorísticos de los juegos de palabras o las referencias culturales.

g) Estudios específicos sobre la recepción del humor y las referencias culturales traducidas

En nuestro trabajo pretendemos contribuir a cubrir una parcela, a nuestro entender, todavía prácticamente desierta, y que, como se ha señalado antes, perfila una presencia cada vez más notable en un área de relevancia central en la sociedad moderna occidental como es la de las producciones audiovisuales, y en concreto el cine y la televisión en sus diversas modalidades.

En nuestra opinión la traducción del humor audiovisual, y más la recepción del mismo, ya esté destinado a cine o a televisión, constituye, por sí solo, un campo de estudio independiente y especial. Si a esto añadimos la variable de la combinación lingüística (inglés-español), encontramos que la inmensa mayoría de las producciones exhibidas o emitidas en nuestro país son de procedencia estadounidense (72%) o británica, pero en cualquier caso originalmente en lengua inglesa (Ávila, 1997 : 145).

Queremos en este sentido reivindicar la originalidad de nuestro trabajo, tanto por lo novedoso de un estudio experimental empírico de estas características como por el enfoque y la metodología adoptados, que intenta ceñirse a los aspectos traductológicos, a las reacciones y los niveles de recepción de los sujetos (espectadores), y la eficacia del trasvase de comunicación del texto audiovisual a los receptores, lejos de los enfoques adoptados hasta la fecha, más en el terreno de otros campos como la psicología.

El nivel de producción audiovisual se ha multiplicado exponencialmente en los últimos años, coincidiendo con un auge de las telecomunicaciones y la revolución audiovisual. Sin embargo, el desarrollo y adaptación de los procesos ligados a dicha producción no está yendo, por el momento, paralelo a esa evolución. La traducción de dichos productos es innegablemente uno de los factores clave en el proceso, y la calidad de la traducción es crucial para su éxito en la recepción de los mismos. Los receptores son los lectores últimos y directos del texto audiovisual traducido, y sus

características y expectativas deben considerarse antes y durante el proceso de traducción.

7.- Descripción y presentación del corpus: situación y justificación del corpus

a) Los Hermanos Marx

Los Hermanos Marx provenían del vodevil, un género de comedia ligera, generalmente llena de intrigas y embrollos. El término vodevil se deriva del francés *vaudeville*, que literalmente viene a significar "voces de la ciudad". Su origen americano se atribuye a Tony Pastor, uno de los primeros *clowns* de Estados Unidos en el siglo pasado, que luego se convertiría en empresario del género. Pastor desarrolló este género como alternativa a lo burlesco. En 1881 montó un espectáculo de variedades en Nueva York que sería "de lo más limpio e inocente". El espectáculo estaba mejor planteado que la mayoría de los que se escenificaban por entonces, tenía mejor vestuario y una producción más cuidada. La comedia pura, en sentido estricto, contaba con más tiempo y espacio propio, con historias elaboradas al detalle, con todo tipo de atrezo. Es de este tipo de espectáculo del que surgirían figuras de la escena cómica tan importantes como George Burns, Abbott y Costello, The Three Stooges o los propios Hermanos Marx.

Al principio los Hermanos Marx eran cinco, pero los dos "cuerdos" abandonarían pronto la desigual batalla y dejarían vía libre a los chalados, ese triunvirato de éxito integrado por Chico (cuyo verdadero nombre era Leonard, nacido en 1891), Harpo (nacido en 1893, con el nombre de Adolph) y Groucho (nacido en 1895, y que en realidad se llamaba Julius). Podemos deducir con lógica histórica que los nombres artísticos italianizados formaban parte de un intento consciente por evocar el espíritu de la arlequinesca *Commedia dell'Arte* italiana: Pedrolino, silente, pálido como la luna, romántico; Zany, malhumorado y desconfiado; Arlequín, el astuto embaucador. Sin embargo, tales paralelismos resultan superfluos en un contexto "*marxiano*" (acuñamos este término, que utilizamos en un doble sentido, para diferenciar a estos Marx de otro personaje histórico del mismo apellido, y para, en un juego de palabras, enfatizar el carácter lunático de los tres hermanos). Los Marx existen en sí mismos, por derecho propio, formando una suerte de trinidad de gamberros demoledora para la que nada es sagrado. En su mundo, personas y cosas tan sólo existen para ser desmanteladas, socavadas, arrolladas, ridiculizadas. El

convertir a Harpo en mudo fue sin duda una idea brillante, consiguiendo así que este personaje tuviera en las películas un mundo propio donde existir, un mundo de payasada silenciosa, en el que puede establecer sus propias reglas y mostrarse tan loco como le plazca. Su impenitente persecución de todo lo que lleve faldas la hace incluso más terrorífica por el hecho de hacerlo en completo silencio... los ojos saliéndosele de las órbitas en miradas diabólicamente lascivas... es más que suficiente para provocar lo que en ocasiones suena a pura histeria en sus víctimas.

Desde el punto de vista histórico, las primeras noticias que tenemos de estos hermanos se remontan a una serie de comedias musicales ligeras donde todavía se atenían bastante al guión. En *The Cocoanuts*, estrenada en Broadway en 1925, los "monstruos" empezaron a desmadrarse. El guionista, George S. Kaufman, se quejaría más tarde de que el espectáculo que se escenificaba tenía muy poco que ver con el guión que él había escrito, "debido a las continuas payasadas e improvisaciones en escena de los Hermanos Marx". Esto, tratándose de los Marx, es casi un eufemismo. La verdad es que los Marx no tuvieron la menor consideración con el guión de Kaufman, y todos los intentos por domarlos un poco sólo consiguieron el efecto contrario. En cualquier caso, este sólo sería el comienzo. Más tarde, en la realización de las películas, este comportamiento se acentuaría de forma exponencial, llegándose a la total improvisación de escenas en no pocos casos, como en *Sopa de ganso* o en *Una noche en la ópera*, dando al traste con el guión. El sentido final de una escena no era sino ser desmantelada. Los diálogos escritos eran escamoteados, alterados e inundados de juegos de palabras. Los actores no eran más que un mero vehículo para la gansada, elaborada o no, el insulto y el asalto corrosivo e inteligente.

Pero el pensamiento y el humor marxiano también han encontrado, a lo largo de los años, eco en numerosos intelectuales y artistas de renombre mundial. En este sentido, podemos citar la influencia que su humor surrealista tuvo en uno de los representantes más destacados del surrealismo, el pintor Salvador Dalí. Dalí se hizo amigo de Harpo Marx, y hasta le regaló un arpa con cuerdas de alambre de espino. El pintor catalán realizó algunos bocetos de una hipotética película de los Marx llamada *Giraffes on Horseback Salad* ("Ensalada de jirafas a caballo"), un título muy acorde con el carácter del artista y de los humoristas (Eyles, 1992 : 50). Como buenos colegas surrealistas, los Hermanos Marx, como Dalí, vivían acorde a sus pasiones, y como tales, consiguieron (y siguen consiguiendo) transmitir mejor que nadie esa sensación de inconformismo y liberación de lo establecido.

Volvamos sobre el origen de los nombres artísticos de los Hermanos Marx. Los dos menos conocidos, Zeppo y Gummo, dejaron pronto la faceta artística del grupo para dedicarse a las tareas empresariales. Quedaron, pues, Harpo, Chico y Groucho. Nuestra hipótesis es que el nombre de Harpo responde en sí mismo a un doble sentido. Por un lado, la faceta musical del cómico, quien al parecer tocaba el arpa (un arpa siempre desafinada a propósito, por cierto) mejor que sus propios profesores ("*...He tried to go to teachers several times. He spent a lot of money getting the finest teachers but they spent all their time listening to how he played. They were fascinated by the way he played*", Gummo Marx, en Marx & Annobile, 1973): "*harp*" significa arpa en inglés. Por otra parte, se nos ocurre pensar en alguna curiosa asociación lingüística con la expresión inglesa "*to harp on*" para referirse a alguien muy insistente (recordemos su vocación persecutoria con las mujeres o su forma de conseguir lo que buscaba en las películas). En cuanto a Chico, su apodo le vino de su desmedida afición a las mujeres (*chick-o*; "*chicks*" era la palabra informal de moda para referirse, en aquella época, a las jovencitas). Chico era también tan buen músico como mal jugador. Gummo, debido a que con mucha frecuencia llevaba botas de goma (*gumshoes* o *gumboots*). Para Zeppo existen diversas versiones: por la forma de zepelín de su cabeza, por su parecido con un famoso actor de la época llamado Zippo, o por "Zebbo", apodo anterior que le adjudicaron cuando trabajó en una granja. Finalmente, Groucho debe su nombre a su eterna actitud malhumorada y pesimista ("*grouchy*" significa protestón, cascarrabias) y porque solía guardar el dinero en una especie de monedero de cuero que le colgaba del cuello (en un juego de palabras: *pouch* [bolsa] = *grouch*).

Sin embargo la tradición de los cómicos neoyorquinos no es, por original que lo es, nueva. Podemos encontrar referentes históricos de estos *clowns*. La palabra *clown* aparece por primera ver en la lengua inglesa en el siglo XVI. Originalmente, el vocablo "cloyne" o "cloine", se deriva de las palabras "*colonus*" y "*clod*", con las que se definía a los granjeros o la gente rural y, por extensión, a los catetos. También se encuentran palabras similares en lenguas más distantes, como en danés (*klunes*, para referirse a un idiota) o incluso islandés (*klunne*, para definir a alguien torpe y aburrido). En el teatro isabelino, el clown por excelencia era un tal Richard Tarlton. Los manuscritos de la época lo dibujan como un personaje ataviado con una gorra y botas de campo, tocando un tambor y una flauta al mismo tiempo. Tanto la reina Isabel I como Shakespeare eran grandes admiradores suyos. Se cree que la descripción que se hace de Yorick en *Hamlet* ("un tipo de chanza infinita, con una

gracia extraordinaria") era un tributo de Shakespeare a Tarlton. Desde 1583 hasta su muerte en 1588, Tarlton participó activamente en las primeras comedias de Shakespeare. Se le permitía salirse del guión y añadir sus propios chistes y gracias, y hasta introducir algún que otro comentario sobre la obra. Era el eslabón entre público y actores, un conspirador con y del público, una suerte de animador. El paralelismo con los Marx es evidente e inmediato...

Tras Tarlton, Will Kempe ocupó el puesto de clown favorito de Shakespeare. Para él escribiría el papel del alguacil Dogberry en *Mucho ruído y pocas nueces*. Kempe era un bailarín de renombre que alcanzó la popularidad al realizar bailando una maratón de casi 200 kms, la distancia entre Londres y Norwich. Tardó un mes en hacerlo, y se hizo famoso, si bien le llovieron las críticas de los puristas del teatro. Una obra anónima, *The Pilgrimage to Parnassus* (hacia 1599), criticaba las tendencias satíricas de la época:

> *Enter DROMO, drawing a clown with a rope*
>
> CLOWN: What now? Thrust a man into the commonwealth, whether he will or no? What the devil should I do here?
>
> DROMO: Why, what an ass art thou? Dost thou not know a play cannot be without a clown? Clowns have been thrust into plays by head and shoulders since Kempe could make a scurvy face; and therefore reason thou shouldst be drawn in with a cart-rope.

Este pasaje quizá pueda bien recordarnos al *Esperando a Godot* de Samuel Beckett (1948). Beckett también hace un homenaje a los andares cómicos de Chaplin, a la familia circense Fratellini (Chico utilizaría también ese nombre), al juego malabar del sombrero de los Marx en *Sopa de ganso*, etc.

También encontramos antecedentes de asombroso parecido del mayor clown de los hermanos, Harpo, en el gran cómico de la pantomima decimonónica inglesa, Grimaldi. Grimaldi fue sin duda el precursor de la payasada moderna, de la que haría un arte. Incluso su apodo de escena, Joey, ha quedado como sinónimo de payaso o tonto escénico (excepto en Australia, donde se llama *joey* a las crías de canguro). Como ejemplo en este sentido, podemos citar el caso de la famosa serie de

televisión *Friends*, en la que los guionistas irónicamente asignaron este nombre a uno de los personajes, que interpreta a un joven actor no muy inteligente.

En no pocas ocasiones Grimaldi se presentaba en el escenario asomado en su típico disfraz, casi invisible tras una especie de gabardina en la que abultaban sospechosamente las cosas más asombrosas: varios patos asomaban la cabeza de los distintos bolsillos, un cerdito hacía su aparición por debajo del brazo, quizá una gallina en el otro, una cesta cargada de fruta y verdura colgada a la espalda, un sombrero robado coronando su cabeza. Los ojos, saltones, y la cara pintada, delatan al villano de mirada ávida en pos de más botín que almacenar en sus "enormes y casi diabólicos bolsillos", como los describiera Fitzgerald (Staveacre, 1987 : 90): "*that receptacle of all sorts of edibles, and occasionally of kettles full of boiling water, and even lighted candles*".

Esos mismos bolsillos verían un reflejo más contemporáneo, un siglo más tarde, en otro adorable truhán, Harpo Marx. En Harpo encontramos los mismos recursos que en Grimaldi, hasta el truco de las velas encendidas, sólo que en esta ocasión están encendidas por ambos extremos. Harpo es capaz de sacar de su destartalada gabardina una taza de café, un hacha con la que "cortar las cartas" y la propia mesa de juego, una cabeza de alce disecada, banderas de un montón de países, y hasta una cena completa de cuatro platos. Porque, como el de Grimaldi, el apetito de Harpo es insaciable...

Vemos pues, que sin desmerecer un ápice la originalidad, la soberbia genialidad de los Marx, muchos de sus chistes están basados o tienen referentes históricos en otros más antiguos y cosmopolitas. Incluso el magnífico número de la escena del espejo roto de *Sopa de Ganso* no es original y propiedad de los Hermanos Marx. Podemos encontrar antecedentes diversos: el mismo número fue escenificado en el Cirque Olympique, en 1848, por Charles Manetti y Rhum. Los Hermanos Hanlon-Lees, unos acróbatas irlandeses, también lo llevaron a cabo en 1860 en Nueva York, y aseguraban haberlo inventado ellos. La autoría de un número tan conocido también era reclamada por el también acróbata Lupino Lane, quien aseguraba que había sido idea de su abuelo, George Lupino. Además de en *Sopa de Ganso*, encontramos referentes más coetáneos en películas como *Seven Years' Bad Luck*, de Max Linder, *The Naughty Nineties*, de los cómicos Abbott y Costello, y en la más moderna *Sleeper* (*El dormilón*), de Woody Allen. Sin embargo, ninguno de ellos parece ser el verdadero inventor del número, que en realidad tiene su origen en el autor anónimo

de una obra de teatro española del siglo XVII, *Las pillerías de Pablillos* (Staveacre, 1987 : 5).

Duck Soup (Sopa de ganso, 1933) y *A Night at the Opera* (*Una noche en la ópera*, 1935) constituyen, junto a *Animal Crackers* (*El conflicto de los Marx*, 1930) y *Monkey Business* (*Pistoleros de agua dulce*, 1931), sin duda las mejores películas de los Hermanos Marx, clásicos de la comedia enloquecida, furibunda y anárquica. Escenas salvajes e imaginativamente anárquicas que pillan al espectador desprevenido, quien no puede por menos que esbozar una sonrisa de complicidad, desconcierto o incomprensión, según los casos. Pero no todo es desorden en este bullicio, también hay trama: un toque de romance, una historia con villano y héroe, unos retazos de crítica social o política... El espectador se ve obligado a seguir el ritmo impuesto por la escena o renunciar a dejarse invadir en modo alguno por este tipo de humor en cualquiera de sus vertientes.

b) Las películas de los Hermanos Marx

Como hemos señalado anteriormente, los Hermanos Marx provenían del vodevil, del teatro y los musicales, un terreno que dominaban con experiencia y saber, en el que se habían criado con sus padres, que ya habían sido cómicos ambulantes en Alemania. El padre, Sam, apodado "Frenchie" (quizá por su origen alsaciano), era un ventrílocuo metido a mago y la madre, Minnie, tocaba una especie de arpa (el referente más directo de la afición de Harpo por este instrumento) después de las actuaciones de su marido, animando a la gente para que bailaran. Minnie Marx era de espíritu luchador y madera negociadora (algo que heredaría más tarde Chico, que se encargaba de negociar los contratos del grupo), que demostraba apretándoles las clavijas a los empresarios, para que les consiguieran actuaciones, primero a su hermano Al y luego a sus hijos.

La familia Marx se asentó en un barrio de la ciudad de Nueva York de población alemana, muchos de los cuales eran, como los Marx, judíos. Esto supondría el primer caldo de cultivo de un importante filón de cómicos judíos estadounidenses que seguirían de algún modo la tradición de los Marx, como Jerry Lewis, en su faceta de payasada espontánea o Woody Allen, como su exponente ideofilosófico más directo.

Tras una primera etapa en la que se dedicaron al musical en su estado más puro, los números cómicos de sus funciones, enmarcados en una parodia, al estilo del gusto de la época, fueron adquiriendo un papel predominante, y la música empezó a quedar

en un segundo plano. De este periodo destacan obras como *Fun in Hi Skule* o *School Days*, donde los hermanos empiezan a perfilar los que serían sus personajes tipo en las películas.

Las comedias musicales y el vodevil nunca desaparecerían del todo de su mundo. De hecho, formaban parte indisoluble de la mecánica de trabajo de los Marx, ya que utilizaban la escena a modo de laboratorio de pruebas en el que sondear la respuesta del público ante los diferentes números, chistes, o payasadas. Según fuera la reacción del público en diferentes teatros del país, los chistes se iban incorporando o no, más o menos adaptados, a los guiones cinematográficos. Ese laboratorio escénico también les permitía iniciarse en algo que luego constituiría uno de sus principales recursos y rasgos, la improvisación: una frase extravagante aquí, un juego de palabras allí, una payasada nueva y absurda... Una de las obras teatrales de los Marx de la que sacarían numerosos chistes y números para sus películas posteriores fue *I'll Say She Is* (1923). Las constantes improvisaciones de los Marx en el rodaje y su indisciplina repercutían notablemente en la producción, disparando los costes. En ocasiones ensayaban una serie de chistes o números en escena ante un público, aunque no existiese un hilo conductor entre ellos, y conseguían recuperar parte del dinero, al tiempo que les servía para hacer publicidad de avance para su siguiente película. En este sondeo de la audiencia se era muy exhaustivo, llegándose incluso a cronometrar la duración de las carcajadas del público, para adecuar los chistes a las escenas. Cabe señalar, en cualquier caso, que en esta época no gustaban tanto los chistes, los juegos de palabras, los números cómicos, como los números musicales, como los de Chico al piano y Harpo al arpa, hasta el punto de que la famosísima y universal escena del camarote de *Una noche en la ópera* no tuvo demasiada aceptación. Como vemos, los gustos evolucionan; sin duda hoy día son más valorados los parlamentos incendiarios y anárquicos de Groucho y Chico que los números musicales.

Los Hermanos Marx estrenaron trece películas entre 1929 y 1949 (*Los cuatro cocos* (*The Cocoanuts*, 1929), *El conflicto de los Marx* (*Animal Crackers*, 1930), *Pistoleros de agua dulce* (*Monkey Business*, 1931), *Plumas de caballo* (*Horse Feathers*, 1932), *Sopa de ganso* (*Duck Soup*, 1933), *Una noche en la ópera* (*A Night at the Opera*, 1935), *Un día en las carreras* (*A Day at the Races*, 1937), *El hotel de los líos* (*Room Service*, 1938), *Una tarde en el circo* (*At the circus*, 1939), *Los Hermanos Marx en el Oeste* (*Go West*, 1940), *Tienda de locos* (*The Big Store*, 1941), *Una noche en Casablanca* (*A Night in Casablanca*, 1946) y *Amor en conserva* (*Love Happy*,

1949)), un corpus que les ha hecho merecedores de una fama, un genio y un necesario lugar preferente en el mundo del humor y la comedia de este siglo. De estas, *Una noche en la ópera*, *Un día en las carreras*, *Una tarde en el circo*, *Los Hermanos Marx en el Oeste*, y *Tienda de locos* las realizaron con la productora Metro Goldwyn Mayer; *El hotel de los líos* con la RKO Radio; *Una noche en Casablanca*, y *Amor en conserva* con United Artists, y las restantes (*Los cuatro cocos*, *El conflicto de los Marx*, *Pistoleros de agua dulce*, *Plumas de caballo* y *Sopa de ganso*), correspondientes al primer periodo de su vida cinematográfica, y quizá el mejor, con la Paramount. Sin duda las siete primeras películas de su carrera son las más conocidas y en las que los Marx despliegan su mejor potencial. Estas siete películas tuvieron en su día una gran acogida, y aún hoy día siguen gozando de enorme popularidad. Como hemos señalado anteriormente, en sus películas plasmaron el material que ya tenían muy trabajado en su dilatada experiencia escénica de vodevil y musical. Desplegaban su cínico y anárquico sentido de humor, que tocaba de inmediato la fibra de un público estadounidense desencantado por la Gran Depresión económica y el orden establecido. A diferencia del resto de los grupos cómicos del momento, los Marx conseguían ofrecer toda una variedad de estilos, que decoraban con su personal ingenio y originalidad, a lo que sin duda colaboraba la personal fisonomía de cada uno de ellos, divertida ya por sí misma: Groucho, de gesto rápido, ingenioso y lenguaraz; Chico, con su fingido acento italiano y sus juegos de palabras rocambolescos; Harpo, con sus diabólicas travesuras silentes, y Zeppo, el lado serio que compensaba lo incompensable.

A continuación haremos una revisión sucinta de las principales producciones de los Hermanos Marx, a fin de tener una visión general del sentido y estructura de su obra cinematográfica, sin extendernos de forma específica en la trama de cada uno de los filmes:

- *Los cuatro cocos* (*The Cocoanuts*, 1929)

Este es el primer largometraje de los Marx, realizado con muy pocos medios, lo que influyó decisivamente en las limitaciones técnicas que se aprecian en él. Poco movimiento de cámara, planos muy generales, un sistema de sonido muy rudimentario, incluso teniendo en cuenta lo temprano de la edad del sonoro. Al parecer, incluso se han perdido algunos tramos de la cinta original. La película, en todo caso, se rodó intencionadamente siguiendo un patrón escénico teatral, hasta el punto de no contar con un solo exterior, a pesar de que la película está ambientada en Florida.

Groucho interpreta al señor Hammer, director y dueño de un gran hotel en Florida. La trama se sitúa en plena especulación inmobiliaria de la Florida de los años veinte. En esta primera ocasión, Groucho se presenta como un hombre de negocios serio (si lo comparamos con sus apariciones posteriores en otras películas). El Groucho al que estamos acostumbrados tiene una supuesta posición social elevada, una cierta prestancia conseguida con una mezcla de azar y artimañas, despreocupado por su futuro. Groucho es una especie de parásito social. Margaret Dumont interpreta al único huésped del hotel que paga religiosamente sus facturas en un hotel que se hunde en la quiebra por momentos. Groucho empieza a iluminar sus discursos con algunas pinceladas de anárquica y marxista (en ese doble sentido a que antes nos referimos) ideología, librándose de los empleados que le reclaman sus sueldos con un elocuente:

> ¿Salarios? ¿Queréis ser esclavos de vuestros salarios? ¡Contestadme! ¡Por supuesto que no! Bien, ¿qué es lo que hace a un hombre esclavo de su salario? ¡Su salario! ¡Y yo quiero que seáis libres! Sed libres, amigos, uno para todos y todos para mí...

En otra escena de la película, Groucho compara la voluminosa figura de la señora Potter (Margaret Dumont) con una ballena, o con el lugar que pueden ocupar tres personas. Este chiste será perfeccionado más tarde y se incluirá, como veremos más adelante, en unos de los mejores parlamentos de *Sopa de ganso*, donde le llega a decir que ocupa tanto espacio como un edificio de oficinas.

El final de la película también mantiene otro cierto paralelismo con la película objeto de nuestro estudio: aquí encontramos un final feliz, en el que en lugar de tirarles cocos a la cabeza (*The Cocoanuts*) a los protagonistas del idilio que conduce la trama, les ceden el plano. Esto constrasta con el final de *Sopa de ganso*, donde unos más belicosos Marx acaban tirándole manzanas podridas a una sufrida Margaret Dumont.

- *El conflicto de los Marx* (*Animal Crackers*, 1930)

Como en la anterior, la calidad técnica cinematográfica es muy baja, con poquísimos movimientos de cámara. Es, igualmente, la filmación de la obra de teatro del mismo nombre, siguiendo un formato de filmación muy teatral, tanto en la disposición de los planos como en la aparición en escena de los diferentes personajes. Incluso en los

ademanes de los actores se aprecia un notable aire de representación teatral, más que fílmica, sobre todo en Margaret Dumont, quien hace el papel de una dama de la alta sociedad, la señora Rittenhouse, que vive en una lujosa mansión de Long Island.

Groucho interpreta al invitado de honor de la señora Rittenhouse, un famoso explorador llamado Capitán Geoffrey T. Spaulding; Zeppo es su secretario; Chico es un músico llamado Ravelli (más tarde, en *Tienda de locos* (*The Big Store*, 1941), volverá a adoptar el mismo nombre) contratado para tocar en la mansión, y que cobra más por los ensayos que por tocar, y más si no toca. El argumento desarrolla una comedia de enredo con romance y robo de cuadro incluidos.

Esta es la película más larga de los Hermanos Marx (98 minutos), y en la que Groucho tiene más texto y parlamentos, profusos y elaborados. Probablemente es en esta película donde Groucho Marx juega, desmantela y retuerce el inglés como en ninguna otra. Su manipulación del lenguaje va desde cambiar el orden de las palabras (un recurso ya utilizado en la película anterior) hasta dictar a Horatio W. Jamison (Zeppo), su secretario, una carta dirigida al despacho de abogados Hungerdunger, Hungerdunger, Hungerdunger y MacCormick, atestada de tecnicismos comerciales sin sentido alguno.

Harpo, en el papel de un supuesto profesor, es el último en aparecer en escena. Aparece muy elegante, con sombrero de copa, capa y pajarita, pero cuando el mayordomo le quita la capa se queda en paños menores. Podemos entender esta imagen, enmarcada en el contexto de la película, como una crítica más de los Marx hacia lo que en realidad suponían para ellos las apariencias y la alta burguesía. Esto queda reforzado más tarde con la escena en la que el propio Harpo sostiene con la señora Rittenhouse una pelea a modo de combate de boxeo, con Chico con árbitro. Harpo la golpea varias veces, en una escena que puede parecer violenta e impropia. Pero Harpo no golpea a la mujer, sino a la burguesía que representa.

- *Pistoleros de agua dulce* (*Monkey Business*, 1931)

Esta es la primera obra de los Hermanos Marx pensada directamente para la pantalla, rompiendo así con la tradición de escenificación para cine de obras teatrales. No obstante, seguirían manteniendo el criterio de ensayar los números y los chistes en un contexto teatral y comprobar su eficacia frente al público.

Los Marx interpretan a cuatro polizones en un crucero oceánico, que se ven envueltos en los asuntos de unos bandidos.

A partir de *Pistoleros de agua dulce* el ritmo es mucho más rápido que en las obras anteriores, los decorados cobran mayor importancia y se introducen pequeños episodios, a modo de pequeñas historias dentro de otras. Harpo se vuelve más atrevido, imprevisible y salvaje, y su modo de perseguir a las chicas se hace más obsesivo (en una escena persigue en bicicleta a la protagonista), Chico sigue en su línea habitual, y Groucho, por su parte, se mete más en sus papeles, tomándoselos más en serio. Los niveles de humor infantil, de la incongruencia, se acentúan. Esta película es la única ocasión en la que Groucho no interpreta a ningún personaje de altos vuelos ni elevada posición social, ni siquiera tiene un pomposo nombre; de hecho, no tiene ninguno.

- *Plumas de caballo* (*Horse Feathers*, 1932)

Esta es la primera película de los Marx en la que se hace una sátira del periodo histórico en el que se rodó, ensañándose con la educación universitaria, la Ley Seca y la Gran Depresión. En este filme los Hermanos Marx interpretan un papel en la sociedad en la que se mueven. Así, Groucho es rector (uno más de un numeroso grupo) de la Universidad de Huxley, Chico hace de un heladero que vende alcohol de contrabando, Zeppo hace de estudiante universitario, hijo de Groucho, y Harpo es un perrero, lo que le permite resarcirse con el ser al que más manía tiene. En esta película, Harpo se sigue mostrando poco agradable y compasivo, y Groucho se aferra a lo establecido, a las reglas, para romperlas, como demuestra el carácter nihilista de su papel, sublimado en la canción *Whatever it is, I'm against it!*.

La educación universitaria es un tema perfecto para ser desmantelado, criticado por los Marx, reflejo de la pomposidad, arrogancia y pedantería que abominan. Los Hermanos Marx no creen en la adquisición de conocimiento ni en la erudición, sino en la inteligencia natural y espontánea, en lo lúdico.

- *Una noche en la ópera* (*A Night at the Opera*, 1935)

Quizá la segunda película más conocida, con algunos momentos únicos y memorables, sobre todo la escena del camarote.

Aquí, Groucho explota, tanto como en *Sopa de ganso*, el humor verbal, dominándolo con maestría. Confunde las palabras, las cambia de lugar en juegos de palabras

imaginativos, y extiende esa ambivalencia a su propia persona, tergiversando su propia identidad, como en la escena con Margaret Dumont al principio de la película. Groucho, una vez más ha sido contratado por Margaret Dumont para que la introduzca en sociedad.

A partir de esta película, los Hermanos Marx empiezan, aunque sea mínimamente, a formar parte de los engranajes del sistema, a ser menos independientes, como lo avala el hecho de que Groucho esté haciendo algo para ganarse la vida.

Quizá la mejor escena, junto a la del camarote, sea la de la negociación del contrato, protagonizada por Chico y Groucho, absolutamente surrealista y llena de malentendidos. Tiene un referente paralelo a la vida real de los Marx, ya que en la realidad era Chico el que negociaba, con maestría, los contratos del grupo.

Harpo se muestra menos arisco en algunos momentos, como cuando toca para unos niños. En este sentido, destacan los contrastes del mundo fastuoso de la ópera, rodeado de lujo y boato, junto al mundo pobre de los emigrantes italianos rumbo a la soñada América. Es a ellos a quien dedican Chico y Harpo su música, mientras Groucho se dedica a ridiculizar ese otro mundo de fasto falso, el de la ópera.

El final de la película es una cascada de acontecimientos encadenados, donde se refleja esa crítica a la artificiosa institución de la ópera y su contexto.

- *Un día en las carreras* (*A Day at the Races*, 1937)

Aquí el sentido del humor queda muy suavizado con respecto a las películas anteriores, siguiendo una estructura similar. La cinta es treinta minutos más larga que la anterior, aunque la mayor duración no conlleva más humor. Antes al contrario, ya que los excesivos números musicales ralentizan anodinamente la trama. Los mejores momentos (como de costumbre) coinciden con los momentos de improvisación sobre el diálogo original.

Margaret Dumont sigue ciegamente buscando en Groucho al héroe, hasta el punto de no importarle que no es médico sino veterinario.

Aquí no hay tanta crítica social ni historia de amor, sino sólo un móvil económico, ganar dinero para salvar una empresa. El hipódromo sustituye a la ópera, y

evidentemente, la ópera es mucho mejor blanco de las iras y críticas de los Marx contra la pedantería y el clasismo.

- *El hotel de los líos* (*Room Service*, 1938)

Se trata de una típica comedia de Broadway adaptada al cine con un toque del humor de los Marx. La trama, no demasiado brillante, está centrada en un hotel, único escenario, en el que se alojan unos Marx sin un céntimo que intentan ayudar a un joven autor.

La película, aderezada con ciertos toques de humor negro, denota un cierto desprecio por la humanidad o la sensiblería, con una ausencia casi total de escrúpulos en algunos momentos.

Richard Rowland, un crítico de la época, definió el espíritu de la película: "Ninguna farsa ordinaria que transcurra en la habitación de un hotel puede ser suficiente para los Hermanos Marx: apenas el infinito puede contenerles" (Eyles, 1992:164). Evidentemente un escenario teatral en el cine se quedaba pequeño para el desarrollo de su talento y sus barrabasadas.

- *Una tarde en el circo* (*At the Circus*, 1939)

Uno podría pensar, y con razón, que un circo sería precisamente el mejor escenario posible para los Marx. En otros escenarios anteriores los hermanos no terminaban de encajar en el contexto escénico, fortuita o intencionadamente. Al fin y al cabo, este es su mundo, donde están en su salsa.

Como una cierta variación sobre un mismo tema, se nos presenta a un joven agente, Jeff Wilson, galán de la película, que no puede pagar los plazos de un préstamo. Groucho interpreta el papel de un abogado picapleitos que es incapaz de defender sus argumentos. Chico es un torpe vigilante encargado de velar por la seguridad del tren del circo, y Harpo, una vez más trabaja para el forzudo Goliat, uno de los malos, que lo maltrata.

La crítica social se desencadena hacia el final, en la fiesta que da Margaret Dumont, donde se arremete, como en *Una noche en la ópera*, contra la pomposidad y la pedantería. Aquí, los invitados disimulan su interés por la música clásica de una orquesta, cuando lo que en realidad les gusta es el circo. Todos se divierten, entran,

arrastrados, en el juego de los Marx, en una suerte de conversión masiva a una nueva forma de tomarse la vida.

Al parecer, algunos de los chistes y las escenas cómicas fueron sugerencia del genial Buster Keaton.

- *Los Hermanos Marx en el Oeste* (*Go West*, 1940)

Esta es la única vez, que los Marx cambian de vestuario, enmarcados en un contexto histórico y geográfico diferente. Chico y Harpo son dos hermanos que viajan al Oeste en busca de oro. Groucho, desde un principio, intenta timarles, pero acaba siendo él el timado. Estos episodios sin duda están basados en otras similares de *Un día en las carreras*.

En esta ocasión, Chico y Harpo vuelven a ser personajes amables y respetuosos. Así, hacen amistad con un viejo buscador de oro y le ayudan, en lugar de reírse y aprovecharse de él, que sería lo de esperar.

Uno de los puntos álgidos de la película es, sin duda, la escena del tren ("*¡Más madera, traed más madera! ¡Esto es la guerra!*"). La reminiscencia de *El maquinista de La General* (*The General*, 1926) de Buster Keaton es evidente. Se dice incluso que el propio Keaton asesoró al equipo sobre esta escena.

Por otra parte, y aunque sea en un contexto situacional distinto, siguen existiendo números musicales que ralentizan notablemente el curso de la comedia.

- *Tienda de locos* (*The Big Store*, 1941)

El mismo título resume la escena y el espíritu de los protagonistas. Quizá una de las diferencias con respecto al resto de las películas sea que en esta Margaret Dumont aparece desde un principio, en lugar de entrar en escena a mitad de la trama, como era costumbre.

Los Hermanos Marx en esta ocasión "tienen" trabajo: Chico dirige un centro de enseñanza musical con no muy buena gestión, de modo que le embargan hasta los

instrumentos. Harpo es su hermano y chófer (al igual que en *Sopa de ganso*) y ayudante de Groucho, que interpreta a un detective privado que espera sentado a que le lluevan los clientes.

En general, se trata de una trama demasiado enrevesada, en un intento de exaltación de la originalidad, y con numerosas canciones a cargo de Tony Martin, un cantante de la época, que, de nuevo, rompen el ritmo del argumento y desperdician el talento de los Marx.

- *Una noche en Casablanca* (*A Night in Casablanca*, 1946)

Han pasado cinco años desde la última producción de los Hermanos Marx, y eso se aprecia en esta nueva película. La falta de originalidad en las ideas se aprecia significativamente, sobre todo en el hecho de que explotan sus viejos números y que la trama gire en torno a un nazi fugitivo y numerosas referencias nada veladas (ya desde el mismo título) a *Casablanca* y a *Tener y no tener*.

Groucho vuelve a hacer el papel de director de un hotel (*Los cuatro cocos*), y vuelve a desplegar una arenga de crítica social al personal del hotel, que recae sobre los huéspedes, para acabar redundando en beneficio propio de su ingenio:

> *¡Al cuerno el personal! ¡Que se reúnan los clientes... voy a decirles lo que espero de ellos!* (...) *Deben ser agradables con los empleados. Deben saber que con una palabra amable conseguirán llegar mucho más lejos con un botones o con una camarera que invitándoles a un par de copas. Por supuesto, con una palabra amable y un par de copas conseguirán llegar incluso más lejos...*

- *Amor en conserva* (*Love Happy*, 1949)

Esta es la última película de los Hermanos Marx juntos. El humor del grupo ya se nos muestra muy forzado, manido y casi ausente. Esta película cuenta con algunos elementos añadidos, como una breve aparición de Marilyn Monroe.

Groucho ni siquiera luce su peculiar y archifamoso mostacho, ni su levita paradigmática, tan sólo conserva su eterno puro. Se nos aparece como el narrador de la historia, en el papel (nuevamente) de un detective privado. No encontramos ni un solo juego de palabras en toda la película.

La película es sobre todo una oportunidad para el lucimiento de Harpo (quien esbozó el argumento), que nos recuerda al payaso decimonónico Grimaldi, con esa gabardina mágica en la que cabe de todo.

La revisión general de la filmografía de los Hermanos Marx nos revela hasta qué punto su producción y su figura han contribuido a la historia del cine y el género cómico, y han influido enormemente en el humor, marcando una filosofía y un estilo únicos y propios. La riqueza y la calidad de su humor se han convertido en universales, en paradigmas a imitar, hasta el punto de identificar, en muchos casos, el humor con los Hermanos Marx o con alguno de ellos (principalmente Groucho). El balance, a pesar de algunos altibajos en su carrera, no puede ser sino de un tremendo éxito en cuanto a la comicidad de sus películas y la aceptación del público, que sin embargo no siempre ha entendido del todo este humor. Las interpretaciones que del mismo se han hecho a lo largo del tiempo son diversas, pero sin duda, y como analizamos en este trabajo, buena parte de esa diversidad de interpretaciones y variedad en la recepción se ha visto influida por la traducción que se ha realizado de estas películas.

c) *Sopa de ganso (Duck Soup*, 1933)

Tras una dilatada experiencia en el terreno del musical, tanto en Broadway como por provincias, y unas más que exitosas incursiones en el mundo de los seriales radiofónicos y algunas películas, los Hermanos Marx habían previsto llevar a la práctica algunos proyectos de cine independiente (el concepto de cine independiente en el contexto de los años treinta tiene poco que ver con el cine independiente que se hace actualmente). Los Hermanos Marx posponen esos proyectos y llegan a un acuerdo con la Paramount para realizar la última película estipulada en su contrato. Este film, tras los títulos provisionales de *Grasshoppers* (Saltamontes) y *Cracked Ice* (Hielo resquebrajado), terminó llamándose *Duck Soup* (*Sopa de ganso*). Al no poder conseguir al prestigioso Ernst Lubitsch, muy solicitado por aquellas fechas, sería finalmente Leo McCarey quien se haría cargo de la dirección. McCarey no era muy conocido, pero a los Marx les constaba su experiencia y buen hacer al frente de las producciones de Stan Laurel y Oliver Hardy (El Gordo y el Flaco), lo cual era ya garantía suficiente en el género cómico.

En *Sopa de ganso*, sátira de un país imaginario, podemos apreciar algunas reminiscencias del cine de Lubitsch, como el nombre de uno de los países, Sylvania

(este nombre ya se había utilizado en *El desfile del amor*, un musical romántico de 1929, y con posterioridad, en numerosas alusiones literarias o musicales a países imaginarios en obras de escritores o dibujantes de tebeos del mundo entero). Siguiendo la costumbre de Groucho, *Sopa de ganso* se ensayó como musical antes de convertirse en película. El resultado final difería un tanto de la obra escenificada, ya que prescindía de los números musicales de Harpo y Chico. Además, la imprescindible y sufrida Margaret Dumont volvía a colaborar con los Marx. *Sopa de ganso* se convertiría en lo que hoy día conocemos como un *sleeper* (*dormilón*, película que disfruta de aceptación y se mantiene en cartel o en catálogo durante bastante tiempo, en contra de los pronósticos).

Cabe señalar en este sentido que lo que realmente tenía aceptación y éxito en aquella época eran los números musicales, y las escenas cómicas servían de interludio. Podríamos decir que los cánones de aceptación social en este sentido son actualmente los contrarios. En realidad, *Sopa de ganso* es quizá el único filme de los Hermanos Marx que no está estructurado en torno a una base más o menos constante de números musicales. A pesar de ser probablemente la más densa de sus películas, es una de las más cortas, con apenas 70 minutos de duración, superada únicamente por *Horse Feathers* (*Plumas de caballo*, 1932), lo cual va sin duda en beneficio de la lucidez (hablando sólo en términos de inspiración y urdimbre imaginativa, claro está). Es también la más elaborada, dinámica, sutil a la vez que mordaz, dada la temática (la guerra y los regímenes totalitarios). Las escenas se encadenan, y los diálogos se engarzan en figuras de humor, dejando de lado todo aquello que pueda alterar el ritmo, como los referidos números musicales o las tramas amorosas de otros de sus filmes.

Como se ha mencionado, los diálogos de las películas eran sistemáticamente saboteados por los Marx, hasta el punto que hoy día no existen diálogos originales publicados, sino tan sólo publicaciones de transcripciones extraídas directamente del "diálogo de pantalla" o "guión de continuidad" de algunas de sus películas. En el caso de *Sopa de ganso*, el editor incluye una nota explicativa:

> *As no original scripts were available for 'Monkey Business' and 'Duck Soup', the versions presented here were built up from a dialogue continuity provided by Universal City Studios Inc., amplified with material gained from a shot-by-shot viewing of the two films.*
>
> (ISBN 0-571-16647-4, 1993)

Es esta una producción que ha ganado con los años, tanto en los distintos análisis e interpretaciones que de ella se extraen y que la han convertido en un clásico indiscutible de la historia universal del cine, como por las implicaciones humorísticas desde diversos puntos de vista (lingüístico, social, político, cinematográfico, etc.). La temática es contemporánea y lamentablemente universal y atemporal: la guerra. Aquí, el denominador común de las producciones "made in Marx", esto es, hacer trizas cualquier atisbo de orden establecido, se sublima al máximo exponente. En este sentido, el acercamiento al enemigo, al sistema, difiere, por ejemplo, del de Chaplin, otro ilustre cómico con idénticos objetivos: Chaplin se fijaba sobre todo en la locura que los dictadores y líderes locos perpetraban sobre el mundo y en las prácticas comerciales sin escrúpulos, mientras que los Hermanos Marx atendían más a la locura que unas costumbres sociales excesivamente asfixiantes y rigurosas perpetraban sobre las personas.

Los Hermanos Marx hicieron algo más que simples bufonadas. En cada una de sus producciones muestran un particular modo de ver la sociedad: "el mundo está lleno de sofocantes normas y convenciones sociales, así que vamos a romper todas las que podamos". Y eso hicieron, no quedó ni una que no pusieran patas arriba. La lógica y el orden eran los enemigos a batir, y los Marx consiguen poner del revés a conceptos tan universales y arraigados. Lo hacen de la mano de un sempiterno irreverente Groucho, para quien una ceja enarcada era una declaración, una sentencia.

Estamos ante la anarquía hecha comedia. Groucho hace de la anarquía casi un arte al liberar al público de las expectativas establecidas de modales y convenciones sociales. Como hemos señalado, lo que establece una especial diferencia con respecto a otros actores cómicos de la época es el hecho de que los personajes interpretados por Groucho nunca representan a una víctima de la sociedad. Groucho es un anarquista, una suerte de ángel justiciero que ataca a la sociedad con la mejor de las armas, el humor. El crítico francés Antonin Artaud calificó las películas de los Hermanos Marx como "surrealistas", al tiempo que albergaba serias dudas de que el espectador medio americano fuera consciente de las implicaciones metafísicas de estas producciones. Para Artaud (1958 : 144), las películas de los Hermanos Marx representaban: "*a hymn to anarchy and wholehearted revolt*".

Puede que parte del público americano no llegara a captar todos los matices del especial humor de los Hermanos Marx, pero sí es cierto que la tensión entre los

personajes principales y las normas sociales siempre estaba presente, y estas siempre eran transgredidas.

Para los Hermanos Marx la única realidad que importaba era la de lo ilógico, lo incongruente. ¡Si no hubiera reglas tampoco habría autoridad! Y es precisamente la película objeto de nuestro estudio, *Sopa de ganso*, la que sin duda mejor refleja el desafío a las convenciones sociales, donde se nos muestra un crudo ataque hacia prácticamente todo lo que tenga que ver con la política. A los diez minutos de película uno ya tiene claro que los sacrosantos conceptos de estado y lealtad nacional son simplemente ridículos. La película se sitúa en una república imaginaria, Freedonia[33] (algo así como "Libertilandia"), cuyo enemigo es la vecina Sylvania. Rufus T. Firefly (Groucho) es nombrado presidente de Freedonia ante la insistencia de la señora Teasdale (interpretada por la sufrida e ingenua Margaret Dumont), una adinerada viuda. A partir de este momento, estalla la locura, inundándolo todo. Groucho insulta a la señora Teasdale, a Trentino, el belicoso embajador de Sylvania, y a todo lo que se le pone por delante, con lo que la trama, y la inevitable guerra, están servidas... La vanidad de Groucho es motivo sobrado para declarar una guerra, pero este tema es abordado de un modo absolutamente frívolo e inocuo:

> "*Dig trenches? With our men being killed off like flies? There isn't time to dig trenches. We'll buy 'em ready-made. Here, run out and get some trenches*."

El patriotismo es absurdo. La guerra queda reducida prácticamente a un intercambio de uniformes, en una especie de alegoría de la universalidad de la diplomacia, tan de moda en nuestros días, y de la guerra; se llega así al paroxismo de la locura... que era precisamente el objetivo.

Los Hermanos Marx representan la subversión cómica de la autoridad y la convención social. El espectador se ríe, o al menos sonríe, ante el *full monty*, el desnudo integral de esas mismas convenciones que diariamente abanderamos. Los Hermanos Marx se ríen de la común y ciega aceptación de la absurda autoridad estatal. El mundo tolera y aguanta la organizada locura del estado... es el estado el que está loco, no los Marx.

[33] El tratamiento de los nombres propios, tanto locativos como de los personajes, será analizado más adelante.

En *Sopa de ganso* se dan cita varios tipos de humor, cada uno con unas características propias, y en la práctica exponentes por sí solos de subcategorías independientes. En realidad, todas las películas de los Hermanos Marx ofrecen un compendio de diversas modalidades de humor, aunque muy probablemente *Sopa de ganso* sea la mejor y más abundante muestra de ello. En *Sopa de ganso* se mezclan con maestría humor negro, sátira política, humor visual, juegos de palabras, humor del absurdo, *slapstick*, crítica mordaz de la sociedad americana, humor judío, etc. En cualquier caso, los Hermanos Marx negaron que su película se hubiera concebido de un modo deliberado como sátira de humor negro. Conscientemente o no, la verdad es que la película se realizó en un momento histórico y político muy concreto de repercusiones internacionales, justo cuando empezaban a hacerse patentes a nivel mundial la influencia y los peligros de las dictaduras. Es indudable que, en las intromisiones personales de los Marx en el guión y el rodaje influyó de manera decisiva el negro panorama que se cernía sobre la escena internacional. En este sentido, Harpo señalaba en diversas entrevistas que recordaba haberse quedado realmente impresionado cuando se detuvo el rodaje en dos ocasiones para escuchar en la radio los aires de grandeza y las bravatas de Hitler. Por otra parte, Mussolini estaba en el poder en Italia cuando la censura prohibió *Sopa de ganso* por atentar contra los valores y el espíritu nacional. Corrían tiempos de economías débiles, estupendo caldo de cultivo para incipientes dictaduras y regímenes totalitarios. Los propios Estados Unidos luchaban aún por apagar los rescoldos de la gran depresión económica que sufrieron. Otra película de la época, *El despertar de una nación* (*Gabriel over the White House*, 1933), planteaba la figura de un presidente de los Estados Unidos corrupto (algo que hoy día cuando menos nos hace esbozar una sonrisa de medio lado), pero iba más allá, sugiriendo que un dictador podría solucionar los problemas a los que se enfrentaba el país. En 1933 *Sopa de ganso* era, deliberadamente o no, una sátira política de humor negro y del absurdo, de anarquía social, que había que tomar en serio. La temporalidad, la contemporaneidad de la temática, del planteamiento y el tratamiento de la misma siguen estando vigentes y, por razones obvias, lo seguirán estando en la medida que sigan existiendo dictadorzuelos.

El director de cine Billy Wilder, en el mejor momento de su carrera, justo entre *Some Like it Hot* (*Con faldas y a lo loco*, 1959) y *The Apartment* (*El apartamento*, 1960), tuvo la idea de sacar del olvido a los Hermanos Marx y hacer una película con ellos, cuando estos ya llevaban muchos años separados y sólo hacían alguna aparición esporádica en solitario. Esta idea se le ocurrió a Wilder durante el rodaje

de *El apartamento*, en 1959, justo en pleno auge de la crisis ruso-cubana. Wilder tomó este asunto como hilo conductor de esa posible producción, con la que pretendía hacer una segunda parte de *Sopa de ganso*. En ella, Groucho haría el papel del jefe de una banda que planeaba robar la famosa joyería Tiffany's mientras la policía estaba ocupada protegiendo la sede de las Naciones Unidas, Harpo sería un mago de las cerraduras y Chico el tipo duro de la banda. Tras robar las joyas, intentarían embarcarse, pero no podrían llegar al puerto porque se lo impediría un piquete anticomunista. La policía los tomaría por miembros de la delegación de Letonia, y los escoltarían hasta su supuesta embajada. Harpo haría un discurso mudo ante la asamblea de las Naciones Unidas, en el que incluiría numerosos bocinazos, que cada intérprete traduciría a su manera.

El argumento era ideal para los Marx, y el proyecto fue aceptado por las productoras enseguida, pero finalmente no se llevaría a cabo por la delicada salud de Harpo y Chico. Wilder entendía que los únicos protagonistas posibles de tal historia eran los Hermanos Marx, por lo que decidió abandonar el proyecto. En su lugar, realizaría una comedia de corte político llamada *Uno, dos, tres* (*One, Two, Three*, 1961).

d) Sylvania está en España

En el transcurso de nuestra investigación encontramos un hallazgo documental importante para la historiografía cinematográfica en general y de los Marx en particular. En la película aparecen imágenes de los dos países enemigos en la historia, Freedonia y Sylvania. Las imágenes correspondientes a Sylvania, pertenecen a la localidad granadina de Loja. Las imágenes aparecen tras un fundido en el que se ve la bandera del hipotético estado, y consisten en un travelín tomado desde un mirador de la ciudad (Mesón de Arroyo), que recoge la imagen de la Alcazaba, la Iglesia Mayor, y al fondo Sierra Gorda. La aparición de esta sorprendente "conexión andaluza" de la película tiene que ver con el hecho de que, en los primeros tiempos del cine, la mayoría de los rodajes se hacían en el interior de los estudios, y pocos en exteriores. En esos tiempos se enviaban operadores de cámara por todo el mundo para que registraran imágenes de distintos lugares, que luego las productoras mantendrían en sus archivos para utilizarlas en sus películas. Esta parece ser la hipótesis más fiable, según el historiador cinematográfico Francisco Izquierdo (1999)[34].

[34] Ver apéndices.

e) Justificación del corpus

La elección de los Hermanos Marx y, más concretamente de la que quizá es su obra más importante, *Duck Soup* (*Sopa de ganso*, 1933), como corpus de análisis y aplicación en nuestro trabajo no es gratuita ni fortuita. Tras un meticuloso visionado, estudio y análisis de toda la filmografía de los Hermanos Marx, finalmente decidimos optar por esta producción, por ser, en nuestra opinión y en la del público y críticos en general, la mejor del cuarteto de locos maestros del humor. Decidimos optar por los Hermanos Marx y no por otros humoristas quizá más asequibles universalmente -pero también más "vacíos"-, porque representan sin lugar a dudas uno de los mejores representantes del humor en general y más conocidos mundialmente. Los Hermanos Marx son exponentes primigenios y casi únicos de un tipo de humor que, en la historia del cine, sólo encuentra paradigmas de herencia humorística en figuras como Monty Python o Woody Allen. Nosotros nos sumamos a esta opinión, si bien es cierto que ha existido un alto grado de preferencia personal en la elección del corpus. Por otra parte, nos parece un ejemplo único de tipo de humor heterogéneo, donde tienen cabida diversos subgéneros de humor. Al mismo tiempo, y precisamente por la heterogeneidad y diversidad de tipos de humor que encontramos en sus películas, y más concretamente en la que nos ocupa, nos pareció una muestra ideal de humor audiovisual difícil de traducir. Es un tipo de humor muy marcado culturalmente, lo que a menudo hace difícil el proceso de traducción. Los juegos de palabras se entrecruzan con referencias culturales muy específicas, desde los mismos nombres propios a la más elaborada de las filigranas verbo-culturales. Así, los anárquicos chistes y las ironías de Groucho adoptan tales grados de acrobacia, que en muchos países en ocasiones ha resultado casi imposible traducir de un modo satisfactorio sus parlamentos, ya fuera para cine o televisión, en versión doblada o subtitulada.

La importancia de los Hermanos Marx y su influencia en el género de la comedia ha quedado patente, afianzándose más si cabe con el paso del tiempo. Para el profesional de la traducción sus películas son un enorme desafío, pero al mismo tiempo una estimulante prueba que le permite comprobar los límites de su propio hacer creativo.

Existen otras razones que justifican la elección del presente corpus: nunca se ha realizado en España, que sepamos, un estudio experimental sobre la recepción del humor audiovisual y las referencias de contenido cultural traducidos. A lo largo del trabajo que nos ocupa analizaremos dos versiones traducidas al español distintas (doblada y subtitulada) de un fragmento de la misma película. Pretendemos analizar, amén de las diferencias técnicas que imponen los distintos sistemas o métodos de traducción audiovisual, la recepción que del mismo realizan los sujetos nativos de lengua inglesa por una parte, y los nativos de lengua española por otra, comparando sus respuestas y reacciones. Este es el aspecto principal y novedoso de nuestro trabajo. También plantearemos las posibles diferencias en cuanto a la traducción del contenido de la película en sí mismo, por cuanto la traducción y el doblaje de la versión doblada se realizaron en un momento histórico y político muy concreto en la historia de España (en plena dictadura del general Franco, con lo que ello conlleva de implicaciones relativas a la censura), mientras que la versión subtitulada al español se realizó tan sólo hace tres años, y por primera vez, con motivo de un ciclo que La 2, la segunda cadena de Televisión Española, dedicó a la figura de los Hermanos Marx, y que se emitió en horario casi de madrugada.

Sea como fuere, este trabajo tiene tan sólo un carácter introductorio y nuestra intención es establecer un punto de partida de trabajo para el estudio más profundo de la traducción audiovisual en general y en España en particular, por medio de un estudio empírico de la recepción del humor audiovisual traducido, sin pretender ser un estudio profundo y completo del humor y el lenguaje del mismo, sino más bien afrontar el delicioso y espinoso campo de la traducción del humor audiovisual, basándonos para ello en un fragmento representativo de una de las películas de los Hermanos Marx, *Sopa de ganso*. A la vez, pretendemos abrir nuevas vías aún poco o nada exploradas en el campo de los estudios empíricos sobre traducción audiovisual, por considerarlos de extrema utilidad para el mejor y mayor conocimiento de esta parcela de la traducción.

No ha resultado nada fácil encontrar y recopilar los distintos elementos que conforman nuestro corpus. Quizá lo más fácil de conseguir fueron las películas, en formato vídeo, tanto en su versión doblada como en su versión subtitulada. En el primer caso, en un principio estaban descatalogadas de la distribución habitual en los comercios especializados. Tuvimos la suerte de que unos meses más tarde de empezar a gestar la idea de este estudio salió al mercado una colección de vídeos de películas de los Hermanos Marx en español. El primer objetivo del proyecto se

limitaba al análisis y estudio de la versión doblada de la película en cuestión. Más tarde, con motivo del ciclo de cine de los Hermanos Marx en Televisión Española antes mencionado, se nos presentaba la oportunidad única y original de añadir a nuestro estudio el análisis de la versión subtitulada, lo que sin duda amplía en gran modo las posibilidades de investigación que presenta este estudio, de un modo original, innovador y necesario en el campo de la traducción audiovisual en España.

No fue tan sencillo, sin embargo, encontrar otro elemento fundamental de este estudio, los guiones, tanto de la versión original en inglés como los de las versiones doblada y subtitulada en español. Hubiera resultado de ayuda poder contar con todos los guiones de la película y las listas de diálogos: guión original (lo que se escribió originalmente para ser interpretado. Cosa inútil con los Marx...), guión de pantalla (es decir, lo que en realidad se dice en la pantalla, y que puede o no coincidir con el guión original; aunque cabe señalar que, dada la anárquica afición de los Marx a la improvisación, el guión original resultaba fútil), guión de la versión doblada en español (no coincide totalmente con la versión del guión en español publicada por Editorial Fundamentos en el año 1976, y que conseguimos encontrar casi de milagro, como pieza de museo, por lo que fue necesaria la transcripción de los parlamentos directamente de la pantalla), y guión de la versión subtitulada en español. Este último no está, claro está, publicado, por lo que hemos tenido que hacer la transcripción de los diálogos desde la versión subtitulada (trabajo duro y lento en ambas versiones, sobre todo teniendo en cuenta la velocidad de los parlamentos). En ningún momento contamos con la ayuda de las productoras y distribuidoras cinematográficas ni de las empresas encargadas de su traducción, doblaje y subtitulado responsables del filme que nos ocupa, lo que aumentó la dificultad y la lentitud, sobre todo en los primeros momentos, de este trabajo. En el caso de Televisión Española, se limitaron a facilitarnos el nombre de la empresa que había llevado a cabo la traducción para subtitulado, empresa que a su vez no nos facilitó información alguna.

Queremos señalar la importancia clave de contar con todos los guiones de las distintas versiones, a fin de poder llevar a cabo un estudio de todo el proceso de traducción, y determinar los diferentes factores de traducción, sustitución, de adaptación o ajuste se han introducido en cada una de las versiones. Como veremos en el desarrollo de este trabajo de investigación, dichos factores pueden obedecer a criterios de sincronía, compresión y adecuación a la cultura meta, doblaje, funcionalidad del efecto humorístico, etc. Ha resultado completamente imposible

localizar y conseguir los guiones de ajuste, algo que nos hubiera permitido realizar nuestro estudio de un modo más exhaustivo y completo, como era nuestra intención inicial. Al no poder contar con los guiones de ajuste, hemos tenido que confrontar textos originales, transcripciones y traducciones con la imagen.

8.- Análisis del corpus y comprobación de las hipótesis

a) Establecimiento de las hipótesis

En este capítulo nos centramos en la experimentación empírica de una serie de hipótesis que formulamos sobre la recepción del humor traducido. El planteamiento de dicha fase es el siguiente:

a) Objetivos: Establecer, mediante experimentación empírica, las reacciones que suscita el humor audiovisual de un fragmento de la película de los Hermanos Marx *Duck Soup* (*Sopa de ganso*), escogido por su carga humorística y su contenido cultural.

b) Hipótesis: Comprobar, mediante dicha experimentación empírica, los siguientes supuestos:
   i. El conjunto de los espectadores españoles reciben y aprecian mejor el doblaje que la subtitulación, independientemente de la calidad del producto resultante.
   ii. Se pierde carga humorística al traducir.
   iii. Se pierde menos carga humorística en el doblaje que en la subtitulación.
   iv. Los motivos de hilaridad varían entre las distintas culturas.
   v. Por sus características, el humor de los Hermanos Marx no es entendible universalmente y contiene valores distintos a los de la cultura hispana.
   vi. Ante un mismo corpus en distintas versiones, se puede producir idéntico efecto humorístico, aunque en razón de distintos motivos.
   vii. Las alusiones y las referencias culturales son tratadas mediante diferentes estrategias de traducción y producen un tipo de apreciación distinta según el modo de traducción y el tipo de contexto cultural.

viii. Pueden existir obstáculos culturales y humorísticos, esto es, en los receptores españoles pueden darse respuestas o reacciones distintas a las de los receptores del TO.

ix. La traducción literal de ciertos ejemplos de juegos de palabras o de ideas (alusiones) deriva en dificultades de comprensión, es decir, en obstáculos culturales o de humor en los receptores (espectadores) del TT.

Además, también pretendemos comprobar las reacciones de los receptores ante los distintos elementos de humor expresados a través de modos diferentes (juegos de palabras, juegos de ideas [referencias culturales], canciones, elementos fónicos [distintas pronunciaciones y acentos], elementos visuales, etc.).

b) Análisis detallado del corpus

Como antes señalamos, el fragmento elegido ha sido escogido por su representatividad en el conjunto de la película objeto de nuestro estudio en cuanto a contenido y presencia de elementos humorísticos de distinta índole, tanto verbal como visual, y elementos de referencias culturales, que inciden directamente en el proceso de traducción y recepción del texto audiovisual.

En concreto, en el fragmento hemos establecido un total de 9 elementos de humor verbal (que denominamos H_n) y 10 elementos de juegos de ideas / referencias de contenido cultural (que señalamos como C_n). Dentro de las tres versiones de cada punto (original, doblada y subtitulada) hemos señalado en negrita, para una mejor localización, las palabras o elementos objeto de los juegos de palabras o ideas. El establecimiento de estos puntos se ha realizado en función de la representatividad de dichos elementos en cuanto a su carga humorística o cultural. En el fragmento existen otros elementos del ámbito de estas dos categorías, con una carga humorística o cultural más secundaria, y que hemos decidido excluir de nuestro análisis, por considerar que no responden adecuadamente a los objetivos de este trabajo. Centraremos pues nuestro análisis en los pasajes o elementos de humor más sobresalientes por sus características o mecanismos inherentes (juegos de palabras, juegos de ideas, etc.) o por la reacción suscitada en el receptor.

Analizaremos dichos elementos, intentando establecer algunos de los mecanismos sobre los que se estructuran los elementos de humor y de referencia cultural,

partiendo de la versión original y analizando cada una de las versiones traducidas (para doblaje y subtitulación, respectivamente).

Dentro del contexto de la película, el fragmento se sitúa en el momento en que se celebra el juicio contra Chicolini, que ha sido detenido por espionaje. El juicio queda interrumpido por la declaración definitiva de guerra de Sylvania contra Freedonia. Esto da lugar a diversas situaciones cómicas, haciendo de este uno de los mejores pasajes del filme en cuanto a riqueza humorística y contenido cultural.

Sobre estos mismos elementos hemos realizado el grueso de nuestro análisis, observando y representando las reacciones de los sujetos ante estos elementos (recordemos, establecíamos cuatro reacciones principales, que eran observadas y anotadas en el transcurso del experimento con cada sujeto: sonrisa, risa, extrañeza y ausencia de reacción).

El fragmento también tiene la particularidad de incluir una canción en el mismo, canción que a su vez contiene elementos humorísticos y culturales, y que no ha sido traducida en la versión doblada (sí en la subtitulada). Por otra parte, cabe señalar que esta película, y en concreto este fragmento, fue objeto de censura por parte de la Junta de Censura española en sus informes[35].

(i). Elementos de humor verbal y de contenido o referencia cultural:

1. Juegos de palabras:

Elemento de humor verbal H_1.

Versión original:

PROSECUTOR: Isn't it true you tried to sell Freedonia's secret war code and plans?

CHICOLINI: Sure. I sold a code and two pair of plans. *(He laughs and slaps the edge of the desk.)*
(Back to the scene.)
(To FIREFLY) 'At's some joke, eh, boss?

[35] El informe de la Junta de Censura española, con fecha 15/3/1939, censuraba y prohibía la mitad de esta canción, mandando eliminarla. Ver apéndice.

Este es un ejemplo de juego de palabras simple, basado en la similitud fonética de "*code*" y "*plans*" frente a lo que Chicolini entiende y refiere ("*coat*" y "*pants*"). Si bien no vemos la posible gracia en la representación gráfica de estos homófonos o alófonos, estos encuentran su desencadenante en la pronunciación imprimida por Chicolini (Chico Marx), en su característico inglés italianizado (o italiano anglicanizado, todo es posible), que fuerza en numerosas ocasiones juegos de palabras basados en un doble sentido fonético que redunda en un doble sentido semántico. En este caso, la pronunciación italianizada de los vocablos *code* y *plans* queda identificada, por su pronunciación y por el contexto, con la de *coat* y *pants*, respectivamente. Chicolini refuerza su trastocamiento semántico y fonético con la puntualización de que vendió "*two pair of pants*". El juego de palabras se engarza en una respuesta típica marxiana de ruptura o inversión del contexto que resulta en una típica réplica de humor del absurdo.

Por otra parte, podemos caracterizar este ejemplo como uno de los típicos de humor étnico que salpica las películas de los Marx. Chico es siempre el objeto de este tipo de humor, en su papel de italiano. El humor consiste básicamente en hilar chistes lingüísticos sobre el mal inglés de Chico.

En este caso, el uso de "*two pair of*" sirve de pista a los receptores, enlazándolo y dando una relativa verosimilitud al juego lingüístico de "*coat*" y "*pants*", que de otro modo quedarían demasiado desligados. Este mismo recurso se utiliza ya en otra secuencia del filme, en la que Groucho está intentando convencer a Chico de que salga a luchar:

CHICOLINI: I wouldn't go out there unless I was in one of those big iron things go up and down like this. What do you call those things?
FIREFLY: Tanks.
CHICOLINI: You're welcome. *(He goes out of the door.)*

En realidad, estos ejemplos siguen el mecanismo de ruptura o inversión del contexto. No obstante, aunque este mecanismo de humor se base en las semejanzas fonéticas, el matiz de humor étnico favorece y suaviza en buena medida el planteamiento lingüístico del juego de palabras.

El falso acento italiano característico de Chico en las películas de los Marx nunca se ha reflejado en modo alguno en las versiones dobladas al español (al menos, que sepamos, en el caso del español peninsular). Esto conlleva sin duda una tremenda

pérdida de carga humorística y de caracterización del personaje, y en lo que respecta a los juegos de palabras, implica en gran parte la pérdida del mismo, ya que es precisamente la forma en que Chico juega con la pronunciación de los vocablos lo que propicia su confusión y permite el juego de palabras. Así, en la versión doblada, si bien en la traducción se ha intentado una traducción que reprodujera el juego de palabras, no llega a conseguirse. En cualquier caso, la traducción parece haberse basado en un único sentido de las palabras implicadas, y no en el juego fonético:

Versión doblada:
FISCAL: ¿No es cierto que intentaba vender la clave secreta y planes de guerra de Freedonia?
CHICOLINI: Claro, vendí una clave y dos pares de planes. Ja, ja, ja... Tiene gracia, ¿verdad, jefe?

La versión subtitulada se caracteriza, en líneas generales, por una traducción sumamente literal, que puede lograr reproducir el significado (literal en muchas ocasiones) de los enunciados, sí, pero que en la mayoría de los casos, a lo largo del fragmento, no refleja en modo alguno ni las particularidades connotativas ni la identificación clara de los referentes humorísticos o culturales.

Versión subtitulada:

[1375] ¿No es cierto que intentó
[1376] vender códigos y
[1377] planes secretos
[1378] de guerra?

[1379] Sí, vendí un "abrigo" y
[1380] unos "pantalones".

Es cierto que, como reflejan los resultados de nuestra experimentación, las traducciones de muchos de estos pasajes pueden llegar a provocar un efecto humorístico en el receptor, aunque por motivos radicalmente distintos a los inscritos en la versión original: a veces el juego de palabras se ha traducido de un modo tan literal (palabra por palabra en ciertas instancias) que si suscita una reacción humorística en el receptor (espectador), esta tiene un carácter de absurdo, irreal, incomprensible incluso.

En este ejemplo la traducción se ha basado justamente en el planteamiento opuesto al de la versión doblada. Aquí se parte de la representación fonética connotativa de las palabras en juego (*code* = *coat*, *plans* = *pants*), esto es, se ha traducido atendiendo al significado de lo que se oye, y no partiendo del significado original en el que se basa el juego de palabras. Sin embargo, el receptor español no identifica dichas connotaciones, entre otras cosas porque carece (o cuando menos es distinto) del sistema de referentes sobre los que se articula la similitud fonética del inglés. El resultado es, si cabe, una traducción aún más incomprensible que la anterior, donde al receptor le resulta imposible establecer un paralelismo entre los distintos referentes, al menos partiendo exclusivamente de la información que aportan los subtítulos. Es cierto que los receptores con algunos conocimientos de la lengua inglesa "podrían" intuir, relacionándola con la información que ofrecen los subtítulos, algún tipo de similitud fonética que pudiera hacer pensar en la posible existencia de un juego de palabras en la versión original. Sin embargo, la realidad general empírica no es tal, y en todo caso, si así sucede, el receptor también apreciará la deficiencia en la reproducción del mensaje y su connotación.

Elemento de humor verbal H_2.

Versión original:
FIREFLY: My friends, this man's case moves me deeply. *(He climbs over the desk and jumps to the floor, then we cut back to* CHICOLINI, *head bowed.)*
(Off) Look at Chicolini!
(Resume on the scene.)
(Dramatically) He sits there alone, an abject figure.

CHICOLINI**: I abject!**
FIREFLY: *(Declaiming)* I say look at Chicolini. He sits there alone, a pitiable object . . . *In an aside to* CHICOLINI) Let's see you get out of that one! . . .

Firefly (Groucho) recurre al pomposo registro jurídico para iniciar su alegato en defensa de Chicolini ("*He sits there alone, an abject figure*"), propiciando la inmediata pirueta lingüística de Chico ("*I abject!*"). El humor se deriva de la similitud fonética de las dos palabras, dentro del mismo campo de actuación (el proceso judicial), pero con funciones (adjetivo frente a verbo) y significados diferentes (abyecto – objetar o protestar en un juicio – objeto). Firefly no se achanta y contesta con una contrarréplica sobre la misma base, desarmando lingüísticamente al oponente al que irónicamente está defendiendo, en lo que recuerda una especie de duelo verbal, tan común por otra parte en los parlamentos de los Marx ("*I say look at Chicolini. He sits there alone, a pitiable object*").

Nuevamente se trata de un juego de palabras muy sutil estructurado sobre un alófono. Ya se ha señalado que una de las peculiaridades del humor verbal de los Hermanos Marx es precisamente el manejo maestro de la palabra, de sus diversas acepciones, sonidos y significados, forzando sus limitaciones lingüísticas hasta acabar en un efecto humorístico. El uso de la homofonía o la paronimia es un recurso común para conseguir un efecto humorístico en un contexto en el que un recurso distinto fallaría, ya que la sutilidad implica que el efecto, que existe, está presente, aunque en cierto modo escondido, listo para ser descubierto únicamente por los receptores más avispados o despiertos. Quizá esta sea la causa que explique por qué los juegos de palabras simples de homófonos no abundan en el humor de los Hermanos Marx. Eso hubiera limitado mucho la potencial audiencia, circunscribiéndola a un círculo muy determinado y reducido. Por el contrario, y en líneas generales (la traducción, como vemos, puede conducir a interpretaciones diferentes y nuevas de los tipos de humor), el humor marxiano está concebido para llegar al máximo número de personas.

Versión doblada:
FIREFLY: Amigos míos, el caso de este hombre me emociona profundamente. Miren a Chicolini, ahí sentado, sólo, una figura abatida.
CHICOLINI: Er... Protesto.
FIREFLY: Repito: miren a Chicolini, ahí sentado, solo, es la imagen de la protesta. A ver cómo sale de esta...

La traducción no refleja el juego de palabras, que no obstante parece haberse intentado compensar de alguna manera en la contrarréplica del parlamento, aunque ya no en forma de juego de palabras, sino a modo de rima ("...es la imagen de la protesta. A ver cómo sale de esta..."). La estrategia empleada intenta ser claramente compensatoria, si bien en nuestra opinión el efecto humorístico del juego queda disminuido.

Versión subtitulada:

[1393] Miren a Chicolini.

[1394] Sentado ahí, sólo;
[1395] una figura abyecta.

[1396] Protesto.

[1398] Digo, miren a Chicolini.

[1399] Sentado ahí, solo;
[1400] un objeto lamentable.

[1401] A ver cómo sale
[1402] de esta.

Tampoco en la versión subtitulada se refleja el juego de palabras, principalmente porque la traducción es demasiado literal, y ni siquiera se ha intentado la recreación de la segunda parte del parlamento, como sí sucediera en la versión doblada. Si se hubiera optado por una traducción como la de la versión doblada al menos se habría conseguido la rima. Podemos calcular la posibilidad de una compresión del mensaje de la versión subtitulada, en la misma línea de lo adoptado en la versión doblada, que permitiera dicha recreación en los subtítulos, sin verse afectada por la limitación técnica de los espacios: "un objeto lamentable" (20 espacios, sin correspondencia con "A ver cómo sale / de esta") = "imagen de la protesta" (21 espacios).

De este modo, el juego de palabras original se pierde y con él su efecto humorístico.

Elemento de humor verbal H_3.

Versión original:

CHICOLINI: Now, I ask you one. What is it has a trunk, but no key, weighs two thousand pounds and lives in a circus?
(Cut to include the PROSECUTOR *in the foreground.)*

PROSECUTOR: That's irrelevant.

CHICOLINI: A relephant! Hey, that's the answer. There's a whole lotta relephants in a circus.

A continuación se engarzan dos juegos de palabras, caracterizados por servirse de una similitud fonética. Sin embargo, en el primero el chiste no parte, como sucediera en otros casos, de una similitud que sirva de apoyo para una réplica humorística. En este caso la estructura parece preconcebida, planeada, y a la inversa del presupuesto, es la respuesta a una pregunta lo que desencadena el juego de palabras. Se presupone, pues, dicha respuesta a tal pregunta, que de otro modo carecería de sentido y por ende de efecto humorístico. Por otra parte, dicha concepción previa, formulada por Chico a modo de adivinanza, podría parecer muy forzada en otro contexto distinto del marco procesal de la situación, en el que una respuesta por

parte del fiscal del tipo "*That's irrelevant*" entra dentro del registro contextual plausible.

Chicolini añade un fonema, una letra, a la respuesta lógica a la pregunta, a fin de adaptarla a su chiste, en su mal inglés italianizado, y enlazarla con la respuesta del fiscal, lo que por otra parte, conocido ya el mal inglés que gasta Chico en sus papeles, no resulta extraño al espectador, respondiendo así al esquema pragmático de expectativas.

Versión doblada:
CHICOLINI: Ahora me toca a mí. ¿Qué tiene una trompa pero no es músico, pesa dos mil kilos y vive en el circo?

FISCAL: ¡No sea impertinente!

CHICOLINI: **¡Un perticente!** Esa es la respuesta, hay muchos perticentes en el circo.

La traducción evidencia un claro intento de reproducir el juego de palabras, elaborando una respuesta del fiscal un tanto distinta, en términos de "equivalencia", buscando facilitar un juego de palabras que produzca un efecto humorístico similar al del original. La estrategia parece seguir el mismo patrón del original, es decir, optar por una palabra fonéticamente similar pero que responda de un modo más o menos lógico a la pregunta de la adivinanza. Sin embargo, y por muchos animales fantásticos que existan en un circo, los "perticentes" no tienen trompa, ni existen. Por tanto, el efecto humorístico puede desembocar (como así ha sido en algunos casos) en una reacción de sorpresa o extrañeza en el receptor. Por otra parte, parece haberse cometido un pequeño error en la conversión métrica, ya que "*two thousand pounds*" no equivale a "dos mil kilos", sino sólo a unos mil. No obstante, no pensamos que este punto revista demasiada gravedad, puesto que no es extraño encontrar paquidermos (el "*relephant*", no el "perticente") de ese peso.

Versión subtitulada:

[1408] Ahora le preguntaré yo.

[1409] ¿Qué tiene trompa,

[1410] pero no tiene llave,

[1411] pesa dos mil libras
[1412] y vive en el circo?

[1413] -Eso es irrelevante.
[1414] -Un "elefante".

[1415] Esa es la respuesta.

[1416] Hay muchos elefantes
[1417] en un circo.

La traducción vuelve a ser básicamente literal, prácticamente palabra por palabra. No obstante, la similitud fonética entre "irrelevante" y "elefante", que se corresponde bastante en términos de rima con su versión en inglés, parece ser importante para tomar la palabra "irrelevante" como clave para descifrar la pregunta, y en este sentido nos parece más acertado que la secuencia "impertinente – perticente".

Por otra parte, se incurre en serios errores de traducción, contrasentidos y una transferencia literal y errónea de los pesos. "*Two thousand pounds*", como hemos señalado anteriormente, vienen a ser unos mil kilos (en lugar de "dos mil libras"). En el contexto español se utiliza el sistema métrico decimal, por lo que debería al menos haberse realizado la preceptiva conversión. La traducción no obedece a limitaciones técnicas de espacio en el subtítulo, puesto que "mil kilos" tiene evidentemente menos caracteres que "dos mil libras". Gráficamente, tampoco se explican las comillas de "elefante", donde no apreciamos, en principio, ningún recurso traductológico.

El juego de palabras es mucho más complejo de lo que pueda parecer en un principio, puesto que el pasaje incluye otro juego más elaborado: "*has a trunk but no key*" se refiere, por un lado, a la capacidad de interpretar música o canto de una manera acorde y sin desafinar (*trunk* = trompa ; *key* = clave musical), pero también a un baúl (*trunk*) que no tiene llave *(key*). Este juego parece haberse intentado resolver en cierto modo en la versión doblada ("tiene una trompa pero no es músico"), a pesar de que la polisemia de los elementos en juego no es directamente aplicable en español. En la versión subtitulada, sin embargo, la literalidad de "tiene trompa pero no tiene llave" no refleja juego de palabras alguno, desviando de nuevo el posible efecto humorístico hacia el absurdo.

Elemento de humor verbal H_4.

Versión original:

]UDGE: That sort of testimony we can eliminate.
(Resume on FIREFLY *and* CHICOLINI.)

CHICOLINI: At's-a fine. I'll take some.
(The JUDGE *again.)*

JUDGE: You'll take what?
(Back to FIREFLY *and* CHICOLINI.)

CHICOLINI: Eliminate. A nice cold glass eliminate. *(To* FIREFLY) Hey, boss, I'm goin' good, eh? *(He laughs.)* Yeah.

Este es el segundo juego de palabras de la secuencia, y sigue el mismo patrón de réplica – contrarréplica en el que Chico manipula el lenguaje (humor étnico, inversión del contexto y alteración de las categorías gramaticales), supuestamente de modo accidental por su pronunciación y su mal inglés. Sin embargo, en esta ocasión, en la que el juez se convierte en el blanco de su malabarismo lingüístico, su última apostilla no parece revelar el nada casual o ingenuo juego de palabras. Chicolini sabe bien lo que dice y cómo hacerlo, enfrentándose en esta ocasión (como en tantas otras) al mismo poder que le está juzgando.

Si en otras ocasiones el juego de palabras partía de un malentendido debido al mal inglés de Chico, aquí se desencadena desde una ruptura de las expectativas. La similitud fonética entre "*eliminate*" y "*lemonade*" se acentúa en boca de Chico, propiciando el juego de palabras, favorecida por la hilación fonética de "*glass eliminate*": del modo en que Chico lo dice puede interpretarse fácilmente como "*glass* of *lemonade*". Contextualmente, el atrevimiento de Chicolini se revela como un nuevo desplante al poder establecido.

Versión doblada:
JUEZ: Podemos eliminar esa clase de testimonio.

CHICOLINI: Esta bien, quiero un poco.

JUEZ: ¿Qué es lo que quiere?

CHICOLINI: Eliminar, un vaso bien fresco de eliminar... Eh, chico, voy bien así, ¿eh? Ja, ja, ja...

La traducción más bien literal fuerza la posible identificación y comprensión del juego. Se ha intentado mantener el mismo mecanismo, aunque el efecto no es el mismo y queda mucho más reducido.

Versión subtitulada:

[1418] Ese testimonio
[1419] puede ser eliminado.

[1420] Eso está bien.
[1421] Tomaré un poco.

[1422] ¿Qué tomará?

[1423] "Limonada". Un buen vaso
[1424] de "limonada".

[1425] Eh, jefe, voy bien, ¿eh?

El traductor ha intentado recrear el sentido interno del juego de palabras reflejándolo gráficamente mediante las comillas, a modo de pista para el espectador. Sin embargo, el juego se basa en la similitud fonética, por lo que la representación traducida de dicha semejanza, que no se corresponde en español, no logra reproducir del todo el efecto del juego original.

Elemento de humor verbal H_5.

Versión original:

FIREFLY: *(Addressing the bench)* Gentlemen, Chicolini here may talk like an idiot, and look like an idiot, but don't let that fool you. He really is an idiot. I implore you, send him back to his father and brothers who are waiting for him with open arms in the penitentiary. I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth.

CHICOLINI: I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth.

Este es un ejemplo extremadamente complejo y elaborado, no sólo por su construcción, sino porque en él se imbrican, además de una sucesión de juegos de palabras, varios ejemplos de referencias culturales que marcan y delimitan dichos juegos de palabras.

En principio, podemos distinguir un juego de palabras primario, con una presencia más superficial, y otro más sutil y profundo.

El primario consistiría en la secuencia Leavenworth – Twelveworth, estructurado sobre la base del mecanismo lingüístico de los que numerosos lingüistas denominan descomposición. Este mecanismo consiste básicamente en la división en partes de distintas unidades del discurso (palabras, expresiones idiomáticas, nombres propios

o topónimos, etc.). Este mecanismo se utiliza con frecuencia en ciertos juegos de palabras y adivinanzas del tipo pregunta-respuesta, como los del tipo: "¿En qué país se come más marisco...? En Gamb-ia"; "¿Cuál es el país donde siempre llueve? Paragua-y".

Aquí, el humor se basa en la descomposición del nombre propio "Leavenworth" en los vocablos fonéticos "*eleven*" (por semejanza fonética) y "*worth*", para establecer la relación con la contrapartida "*Twelve*" y "*worth*" (término, por otra parte, inventado por Groucho), y con la omnipresente réplica de Chico, en este caso, "Woolworth".

El juego de palabras secundario se localiza en las sucesiones numéricas inscritas en el parlamento: "*ten years in Leavenworth, or* eleven *years in Twelveworth*", "*five and ten in Woolworth*". La sucesión es extremadamente compleja, agravada por la marcación cultural tan profunda que entraña por la presencia de referencias culturales bastante específicas de los Estados Unidos[36], pero la gradación retórica ascendente de la concatenación numérica provoca un efecto humorístico añadido al juego de palabras primario: 10 en "11", u 11 en "doce"... 5 y 10.

Versión doblada:
FIREFLY: Caballeros, Chicolini puede hablar como un idiota, y tener aspecto de idiota, pero que eso no les engañe. Es realmente un idiota. Les imploro que le envíen junto a su padre y sus hermanos, que le están esperando con los brazos muy abiertos. Sugiero condenarle a diez años de cárcel u once años de prisión.

CHICOLINI: ¿Sabe lo que haré? Me tomaré unas vacaciones en el campo.

El traductor parece haber logrado reconocer las dos estructuras antes expuestas, y ha intentado reconstruirlas, con bastante éxito en nuestra opinión. Se ha conseguido una traducción comunicativa, en la que el juego de palabras está bien adaptado, aunque se pierden las referencias culturales. El juego de palabras primario se ha reconstruido transponiendo las categorías relacionadas en el original. Así, en el original el juego se estructuraba en relación de la concatenación numérica, donde al menos uno de los elementos era un referente cultural real. Ante la imposibilidad de reflejar dicho elemento, el traductor ha optado por trasladar la carga humorística a un juego entre sinónimos: "cárcel" / "prisión". Si cabe, esta traducción, puede resultar mucho más funcional que el propio original (salvando las distancias, eso sí,

de las connotaciones suscitadas por los referentes culturales), ya que la recepción de una oposición sinonímica podría resultar, en general, mucho más amplia que el original para los distintos nativos de habla inglesa.

En cuanto a la concatenación numérica del juego secundario, esta queda reflejada, si bien se pierde la segunda parte, en la réplica de Chico, donde desaparece tanto la alusión como la relación numérica: "Me tomaré unas vacaciones en el campo". No obstante, esto entra dentro de los parámetros de expectativas de comportamiento absurdo de los Marx, por lo que no extraña demasiado.

Versión subtitulada:

[1426] Sres., quizá Chicolini
[1427] hable como un idiota,

[1428] y parezca un idiota,

[1429] pero no se dejen engañar.
[1430] Es un idiota.

[1431] Les suplico que lo envíen
[1432] con su padre y sus hermanos.

[1433] Le esperan con los brazos
[1434] abiertos en la cárcel.

[1435] Sugiero que le encerremos
[1436] diez años en Leavenworth

[1437] u once años en
[1438] Twelveworth.

[1439] Le diré lo que haré
[1440] cinco y diez en Woolworth.

Nuevamente, el traductor ha optado por la traducción literal del pasaje, sin tener en cuenta las referencias culturales ni la estructura interna de los mecanismos lingüísticos del humor contenido en los parlamentos. Los juegos de palabras quedan sin resolver y la transferencia literal de las referencias culturales hace que resulten incomprensibles al receptor, que queda desorientado, extrañado o, en el mejor de los casos, no recibe efecto humorístico alguno.

Elemento de humor verbal H_6.

Versión original:

[36] Analizaremos estas referencias culturales más adelante.

FIREFLY: I wanted to get a writ of habeas corpus, but I should have gotten a writ of you instead.

Irritado con quien está defendiendo en el juicio sin tener motivos algunos para hacerlo, y ante las insolentes réplicas de Chico, Groucho no se reprime y le lanza este juego de palabras, mostrando su enfado en un alarde de jerga jurídica. El rapidísimo parlamento de Groucho y su marcado acento facilitan la confusión fonética hacia el doble sentido de "*get a writ of*" (conseguir un escrito o un auto jurídico) y "*have gotten a writ of* [get rid of] *you instead*" (deshacerse de alguien).

Versión doblada:
FIREFLY: Quería conseguir un auto de *habeas corpus*, pero debía eliminarle primero.

En la versión doblada sólo se transfiere la segunda mitad del juego de palabras, traduciéndose la primera de forma literal. El juego queda sin resolver, y la traducción y la comprensión del parlamento a medias, perdiéndose la carga humorística.

Versión subtitulada:

[1441] Quería conseguir un
[1442] auto de "habeas corpus",

[1443] pero debería haberme
[1444] deshecho de Ud.

Como en la versión doblada, en la subtitulada no se transfiere más que la segunda mitad de la estructura, dejándola sin resolver en cuanto a efecto humorístico y a comprensión.

Elemento de humor verbal H_7.

Versión original:

MINISTER OF FINANCE: Something must be done! War would mean a prohibitive increase in our taxes.
(Shot of CHICOLINI, FIREFLY *and the* MINISTER OF FINANCE.)
CHICOLINI: Hey, I got an uncle lives in Taxes.

De nuevo el juego de palabras se desarrolla en la réplica a un parlamento neutro enunciado por otro hablante. En esta ocasión, se trata del Ministro de Economía de Freedonia, y Chicolini no pierde la oportunidad de hacer un juego ingenioso. Es un

juego de palabras simple, fácil y espontáneo, sin elaboración, fácilmente reconocible, basado en la similitud fonética "*taxes*" – "Texas", que en oídos y boca de Chico suenan igual. El juego se enlaza inmediatamente, y con el mismo patrón y mecanismo, con el siguiente.

Versión doblada:
MINISTRO DE FINANZAS: Se debe hacer algo. Una guerra significaría aumentar los impuestos.

CHICOLINI: ¡Eh! Yo tengo un tío que tiene un puesto.

En nuestra opinión, se ha llevado a cabo una muy buena resolución del juego lingüístico. En español una acepción de "*taxes*", "impuestos", se presta a la perfección al juego de palabras elaborado en la versión doblada, y resuelve también satisfactoriamente la transferencia de la carga humorística. Existe una pequeña pérdida de contenido informativo con respecto a la versión original al no haberse traducido el matiz "*prohibitive*", pero esto bien puede haberse debido a necesidades de ajuste en el proceso de doblaje y, en cualquier caso, dicha pérdida no parece suponer una merma drástica de los contenidos en términos cualitativos.

Sin embargo, en esta secuencia se enlazan dos juegos de palabras seguidos (H_7 y H_8), y si bien se ha resuelto con éxito el primero, este parece quedar desligado del segundo.

Versión subtitulada:

[1456] -Hay que hacer algo.

[1457] La guerra significaría
[1458] un aumento en las tasas.

[1459] Tengo un tío que
[1460] vive en "Texas".

La traducción del episodio sigue ciñéndose a la literalidad. En esta versión se ha optado por otro vocablo correspondiente a "*taxes*", que si bien puede acercarse un poco al referente de "*Texas*", no logra establecer el vínculo necesario para desencadenar el juego de palabras. La transferencia más o menos literal del mensaje no consigue en este caso demasiada efectividad, apenas mínima. Este parlamento tampoco consigue establecer un enlace en términos de juego lingüístico con el

siguiente de la secuencia (H_8). Así, el efecto de las palabras de Chicolini puede incluso cifrarse como de incomprensión, y casi da la impresión de que el personaje es medio sordo o tonto. Nuevamente, se recurre a entrecomillar un término en el subtítulo, procedimiento que no parece tener demasiado sentido ni obedecer a un propósito definido, y que podría entenderse incluso como una cierta rendición por parte del traductor, en el sentido de intentar indicar así la presencia de un juego de palabras en la versión original, que se ofrece irresuelto al espectador de la L/CT.

Elemento de humor verbal H_8.

Versión original:

MINISTER OF FINANCE: No. I'm talking about taxes-money-dollars.

CHICOLINI: Dollas! That's where my uncle lives. Dollas, Taxes. *(He laughs and shakes hands with* FIREFLY.)

Esta es la segunda parte de la secuencia de dos juegos lingüísticos enlazados. El mecanismo sigue siendo el mismo, la paronimia entre dos vocablos: el ministro intenta aclararle a Chicolini que no habla del estado sureño de Texas, sino de "*taxes-money-dollars*", y su derivación no sirve más que para ponerle a su interlocutor el siguiente cartucho lingüístico en bandeja. La pronunciación abierta y dental de "*dollars*" es muy común en Estados Unidos, y Chico se sirve de este accesible recurso cerrando el círculo de las identificaciones de doble sentido / sonido: "*taxes*" – "Texas", "*Dollas*" – "Dallas".

Versión doblada:

MINISTRO DE FINANZAS: No, estoy hablando de impuestos, dinero, dólares.

CHICOLINI: ¡Dallas! Ahí es dónde vive mi tío: Dallas, Texas. Ja, ja, je, je...

Como señalamos anteriormente, en esta secuencia se enlazan dos juegos de palabras seguidos (H_7 y H_8). Sin embargo, a pesar de haber resuelto con éxito el primero, este parece quedar desligado del segundo, ya que no parece existir ilación entre los conectores que vinculan ambos juegos de palabras: "impuesto" – "puesto" / "Dallas" - "Texas". En este segundo no se consigue reflejar el juego de palabras, derivado en el original de la semejanza fonética mencionada. Por tanto, parece un tanto forzado el enlace "dólares" – "Dallas", si bien es cierto que el actor de doblaje español lo pronuncia de forma muy rápida, quizá en un intento por camuflar las diferencias de sonoridad y el punto de articulación.

Versión subtitulada:

[1461] No, me refiero a tasas,
[1462] dinero, dólares.

[1463] "Dallas", ahí es donde vive mi tío.
[1464] "Dallas, Texas".

Como sucede con la versión doblada, no se entiende la referencia a Dallas, ni su relación con lo anterior. Si cabe, en la versión doblada esto podía pasar un tanto desapercibido gracias al recurso de la rápida dicción del actor de doblaje. En la versión subtitulada, sin embargo, no cabe tal recurso, y la presencia gráfica de los subtítulos impresos puede incluso agravar la desvinculación referencial. Por otra parte, el entrecomillado, a nuestro entender, resulta de nuevo innecesario.

Elemento de humor verbal H_9.

Versión original:
MRS TEASDALE: I've talked to Ambassador Trentino and he says Sylvania doesn't want war either.

FIREFLY: Eether.

MRS TEASDALE: Doesn't want war eether.

FIREFLY: Either. (MRS TEASDALE *sighs.)* Skip it.

Este es el último juego de palabras del fragmento objeto de nuestro análisis. En su habitual impertinencia, Firefly (Groucho) intenta quedar por encima de la Sra. Teasdale (Margaret Dumont), interrumpiéndola para corregirla en algo que realmente no es un verdadero error. El juego lingüístico se articula en torno a la doble posible pronunciación del adverbio "*either*": "*either*" / "*eether*". Es un episodio inocente, natural, perfectamente reconocible por cualquier nativo de lengua inglesa. No obstante, su transposición al español entraña mucha dificultad.

Versión doblada:

Sra. TEASDALE: He hablado con el Embajador Trentino y dice que Sylvania tampoco quiere la guerra.

FIREFLY: ¿Tampoco?

Sra. TEASDALE: ¿Tampoco quiere la guerra?

FIREFLY: Tampoco. Mmm, déjalo.

La traducción literal del pasaje hace que el juego de palabras se pierda y quede sustituido, por deslizamiento del significado, que no del juego en sí, por una muestra de humor absurdo.

Versión subtitulada:

> [1474] He hablado con
> [1475] el Embajador Trentino
>
> [1476] y dice que Sylvania
> [1477] tampoco desea la guerra.
>
> [1478] -Tampoco.
> [1479] -Tampoco desea la guerra.
> [1480] Tampoco.
> [1481] Olvídelo.

En la versión subtitulada ocurre de igual modo que en la traducción para la versión doblada, si bien en este caso el receptor puede contar, aunque sea como presencia pasiva y no necesariamente interviniente en el proceso de recepción en términos de reconocimiento del juego lingüístico original, con los matices connotativos de las voces originales de los actores.

Una posible solución traductológica podría haber consistido, para ambas versiones, en la reconstrucción del juego de palabras, sustituyéndolo, por ejemplo, por otro distinto en español que siguiera los mismos patrones de similitud o confusión fonética.

En general, como se ha podido apreciar, la resolución humorística de los juegos de palabras contenidos en este fragmento no ha sido todo lo satisfactoria que, desde el punto de vista de la traducción, podría desearse. Si recordamos los parámetros que intervenían en este proceso[37], advertimos que sólo algunos de estos parámetros se han cumplido en su transferencia, y principalmente sólo en la versión doblada: marco de actuación rápido, relativa adecuación de los referentes al contexto situacional, relativa ausencia de nombres propios o referencias desconocidas, registro apropiado. El tono de la transferencia en la versión doblada puede considerarse como neutro, en cuanto a que no se han transpuesto referencias propias del entorno o contexto original a otras del contexto receptor o término,

[37] Ver capítulo 2, sobre la clasificación del humor.

aunque sí se ha conseguido reproducir con bastante éxito, adaptándolos y transfiriéndolos adecuadamente, buena parte de los juegos lingüísticos.

En el otro frente, sin embargo, en la versión subtitulada, la adopción continuada de un procedimiento de traducción literal, extrema en nuestra opinión, va en detrimento de la resolución funcional y efectiva de los juegos de palabras contenidos. El marco de actuación es rápido, pero tampoco puede ser de otro modo, puesto que viene impuesto por las limitaciones técnicas del modo de traducción de la subtitulación. La adecuación de los referentes al contexto situacional queda casi por completo subordinada a la literalidad de la transferencia, lo que no sólo no garantiza, sino que además restringe notablemente la transferencia del juego y, por ende, la comprensión del pasaje. No se han evitado ni adaptado de modo alguno los nombres propios e institucionales, hecho derivado también de la literalidad excesiva. En estos términos, en general podríamos calificar la transferencia de los juegos de palabras de este fragmento como negativa. Esto no sólo no consigue transmitir los juegos lingüísticos ni producir, en mayor o menor medida, sus consiguientes efectos, sino que supone incluso una falta de comprensión importante del texto audiovisual.

2. Elementos de juegos de ideas o referencias de contenido cultural:

Entendíamos por juegos de ideas aquellos que representan un tipo de humor más relacionado con el contexto. No se estructuran exclusivamente en el nivel fonético o en el ortográfico, sino que el humor surge de combinaciones de ideas o conceptos que no se basan, al menos no necesaria o exclusivamente, en el lenguaje. Aquí también interviene el componente cultural a que nos referíamos en otro punto de nuestro estudio. Algunos de los ejemplos de juegos de palabras analizados anteriormente se imbrican o se enlazan con juegos de ideas, algunos de los cuales quedan expresados mediante referencias culturales concretas. Conviene recordar que en realidad existe un vínculo de subordinación del humor a este componente, lo que implica, por otra parte, la existencia necesaria de un cierto acervo de experiencia compartida entre los hablantes originales y los receptores. Esto influye de un modo determinante en el proceso de traducción de dichos juegos. El concepto de juego de ideas se extiende por tanto a todas las expresiones humorísticas que no se basan de un modo directo y primordial en algún tipo de alteración ortográfica o fonética del lenguaje.

Para una mejor comprensión y seguimiento de los distintos elementos, hemos decidido agrupar la exposición y el análisis de estos elementos en dos bloques principales. El primero, correspondiente a los apartados siguientes, está integrado por los juegos de ideas o elementos culturales C_1, C_2, C_3, C_4 y C_{10}. En este grupo se integran los elementos de juegos de ideas o referencia cultural simples o monosemióticos, mientras que el segundo grupo (apartado *(ii)*) está constituido por los elementos C_5, C_6, C_7, C_8 y C_9, correspondientes a elementos de contenido o referencia cultural polisemióticos.

2.1. Juegos de ideas o referencias culturales simples o monosemióticos (C_1, C_2, C_3, C_4 y C_{10}):

Elemento de juego de ideas - referencia cultural C_1.
Versión original:
FIREFLY: Chicolini, I bet you eight to one we find you guilty.

CHICOLINI: 'At's-a no good. I can get ten to one at the barber shop.

La carga humorística en este caso viene determinada por lo irónico y surrealista de la situación, en la que el propio acusado apuesta sobre su culpabilidad, matizada por el referente cultural al lugar de las apuestas, la barbería. En la sociedad estadounidense, sobre todo en grandes ciudades como la Nueva York de las primeras décadas del siglo, las barberías cumplían un papel social importante como centro de reunión y debate de asuntos sociales, políticos, y sobre todo deportivos. En ellas los hombres se reunían para hacer apuestas deportivas, de boxeo o béisbol, principalmente.

La referencia cobra especial relevancia en boca de Chico, conocido por ser un jugador empedernido adicto a las apuestas.

Las referencias a las *barber shops* son, directa o indirectamente, relativamente frecuentes en las películas de los Hermanos Marx, como en caso de *Monkey Business*, donde se menciona una canción típica de cuarteto de barbería (*Sweet Adeline*).

Versión doblada:
FIREFLY: Apuesto ocho a uno a que le encontramos culpable.

CHICOLINI: Eso no vale. En la peluquería me dan diez a uno.

La información se ha transferido con bastante literalidad, realizando una cierta adaptación de *barber shop* y optando por "peluquería", en lugar de barbería. Este último término también existe en español, y su uso entraña una cierta connotación de antiguo o añejo. La peluquería, por otra parte, puede entrañar alguna connotación en cuanto al tipo de actividades "secundarias" que tienen lugar en ellas, no ya como lugar de apuestas para los hombres, sino como lugar de cotilleo para las mujeres o de fútbol para los hombres.

La primera parte de la réplica de Chicolini (*'At's-a no good*), traducida como "Eso no vale" puede resultar un poco confusa. En realidad no es que Chicolini no esté de acuerdo con el hecho de realizar una apuesta, al contrario, sino más bien que el ofrecimiento de "ocho a uno" de Firefly le parece insuficiente.

Versión subtitulada:

> [1353] Chicolini, ocho a uno a
> [1354] que le encontramos culpable.
>
> [1355] No es bueno. Puedo conseguir
> [1356] diez a uno en la barbería.

Aquí, sin embargo, se ha optado, en la línea de la traducción literal, por "barbería". En cuanto a "No es bueno", creemos que no es demasiado correcto en términos de estilo o incluso gramaticales. El traductor podría estar intentando reflejar la peculiaridad del inglés de Chico, pero no creemos que este sea el caso.

<u>Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_2.</u>

Versión original:

FIREFLY: Chicolini, give me a number from one to ten.

CHICOLINI: Eleven.

FIREFLY: Right.

El momento humorístico se dispara con una ruptura de las expectativas, mediante un mecanismo de incongruencia. La respuesta lógica que se espera es un número comprendido en la secuencia 1-10, ambos inclusive, por lo que la respuesta "*eleven*", incongruente y fuera del marco de opciones, rompe las expectativas, produciendo la hilaridad, que se acentúa con el aserto de Groucho, dando por buena la repuesta, incrementando la incongruencia y lo absurdo de la situación.

Versión doblada:

FIREFLY: Chicolini, diga un número del uno al diez.

CHICOLINI: Once.

FIREFLY: Bien.

La traducción del juego no entraña dificultad, por cuanto el esquema mental de los receptores españoles respecto a la congruencia lógica de la secuencia numérica y la posible respuesta es el mismo al del contexto original. El efecto, en términos relativos, viene a ser el mismo. Lo mismo ocurre con la versión subtitulada:

Versión subtitulada:

[1404] Chicolini, un número
[1405] del uno al diez.

[1406] -El once.
[1407] -Bien.

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_3.

Versión original:

FIREFLY: *(Addressing the bench)* Gentlemen, Chicolini here may talk like an idiot, and look like an idiot, but don't let that fool you. He really is an idiot.

En su estructura, este juego de ideas adopta el mismo mecanismo que el anterior, ruptura de las expectativas y resultado incongruente que suscita el efecto humorístico. La proposición negativa "*don't let that fool you*" presupone, en buena lógica, la sugerencia de que la realidad es distinta a pesar de las apariencias. Sin embargo, Firefly se sirve del presupuesto lógico de la proposición para tergiversarla y confirmar que la realidad sí que refleja las apariencias: "*He really is an idiot*".

Versión doblada:

FIREFLY: Caballeros, Chicolini puede hablar como un idiota, y tener aspecto de idiota, pero que eso no les engañe. Es realmente un idiota.

De igual modo que en el anterior, en este caso el esquema cognitivo de los receptores españoles respecto a la congruencia lógica ante una sugerencia de negación de la realidad y la posible respuesta es el mismo al del contexto original. Las expectativas coinciden en los receptores, y la transferencia no requiere ninguna explicitación, coincidiendo el efecto en el TO y el TT. Otro tanto sucede en la versión subtitulada:

Versión subtitulada:

[1426] Sres., quizá Chicolini
[1427] hable como un idiota,

[1428] y parezca un idiota,

[1429] pero no se dejen engañar.
[1430] Es un idiota.

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_4.

Versión original:

FIREFLY: I implore you, send him back to his father and brothers who are waiting for him with open arms in the penitentiary. I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth.

CHICOLINI: I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth.

En este pasaje se engarzan, como señalamos anteriormente, dos juegos de palabras paralelos y varios juegos de ideas, algunos de los cuales son referencias culturales muy concretas al contexto norteamericano, todo ello en una sucesión vertiginosa de pocos segundos. El primer juego de ideas es la maquiavélica sugerencia de Firefly, quien se supone que está defendiendo al acusado Chicolini, de enviarle, como muestra caritativa, con su padre y sus hermanos, que le esperan con los brazos abiertos... pero matiza dónde le esperan, en la cárcel: "*send him back to his father and brothers who are waiting for him with open arms in the penitentiary*". Los juegos de palabras que siguen están marcados por la presencia de dos referencias culturales. La primera, "*Leavenworth*", se refiere a una conocida prisión federal situada en el estado de Kansas, en Estados Unidos. Esta referencia es conocida para la mayoría de los norteamericanos (estadounidenses y canadienses), ya que está también relacionada con determinados episodios de la historia de Estados Unidos. Sin embargo, no lo es tanto para los nativos de habla inglesa no norteamericanos, con lo que ya se registra una cierta pérdida para algunos receptores del TO.

La otra referencia cultural la menciona Chicolini ("*I'll take five and ten in Woolworth*"), y está referida a una multinacional de grandes almacenes muy famosa en aquellos días. Estos grandes almacenes se extendieron por muchos países, incluida España, y aunque aún existen, están en vías de desaparición. La alusión a "*five and ten*" se refiere al sistema inventado por el fundador de los almacenes Woolworth, Frank Winfield Woolworth, que hiciera famosos a dichos almacenes y

en el que todos los productos costaban 5 y 10 centavos. Lo que en realidad quiere Chicolini es ir de compras a los almacenes en lugar de ir a la cárcel.

Versión doblada:
FIREFLY: Les imploro que le envíen junto a su padre y sus hermanos, que le están esperando con los brazos muy abiertos. Sugiero condenarle a diez años de cárcel u once años de prisión.

CHICOLINI: ¿Sabe lo que haré? Me tomaré unas vacaciones en el campo.

Se ha incurrido en una infratraducción, al haberse omitido la información relativa a "*in the penitenciary*". Así, el primer juego de ideas queda sin resolver, y con él, se pierde también el efecto humorístico que conlleva. En la traducción también se han suprimido las referencias culturales, aunque el juego de palabras, como señalamos en el apartado anterior, se ha resuelto bastante satisfactoriamente adaptándolo mediante una traducción comunicativa. No obstante, pues, se pierden las alusiones a la prisión y a los grandes almacenes. La respuesta de Chicolini ante la posibilidad de ir a la cárcel está en la línea del TO, habiéndose adaptado el contexto a "unas vacaciones en el campo".

Versión subtitulada:

[1431] Les suplico que lo envíen
[1432] con su padre y sus hermanos.

[1433] Le esperan con los brazos
[1434] abiertos en la cárcel.

[1435] Sugiero que le encerremos
[1436] diez años en Leavenworth

[1437] u once años en
[1438] Twelveworth.

[1439] Le diré lo que haré
[1440] cinco y diez en Woolworth.

Aquí se consigue reflejar el primer juego de ideas, pero la traducción estrictamente literal, manteniendo las referencias culturales en el TT igual que en el TO hace que las alusiones sean incomprensibles, perdiendo su efecto y comunicando un contenido informativo y retórico confuso a los receptores del TT, ya que estos pueden pensar que tanto Leavenworth como Twelveworth y Woolworth son todas

prisiones, y que la dureza de sus condiciones está en relación con el tiempo que se pase en ellas. El juego de ideas se escapa, y con él, el de palabras.

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_{10}.

Versión original:
(Dissolve to the Freedonian flag, which is drawn aside revealing FIREFLY, CHICOLINI, PINKY *and* BOB, *posing as statues in eighteenth-century soldier's costumes.* PINKY *is mounted on a horse. There is a roll of drums.*
Shot of the group as FIREFLY *looks off, sabre in hand.)*

FIREFLY: The enemy is coming. There'll be two lamps in the steeple if they're coming by land, and one if they're coming by sea.
(He exits.)
(He reappears at a casement window and opens it. It is night. One, two, then three lamps appear at the top of a church tower in the distance.)
(Turning) They've double-crossed me! They're coming by land and sea. *(He starts out.) (Resume on* CHICOLINI, PINKY *and* BOB *in the same pose as before.* FIREFLY *enters and shouts to* PINKY, *waving his sabre.)*
Ride through every village and town,
Wake every citizen up hill and down.
(FIREFLY *is seen from a low angle.)*
Tell 'em the enemy comes from afar,
(He dances a jig.)
With a hey nonny-nonny and a ha-cha-cha.
(Resume on the group as BOB *and* CHICOLINI *exit to the left.)*
(Waving his sabre) Be off, my lad.
(PINKY *rides his horse down from the plinth and off in the foreground. Dramatic music begins.)*
En el pasaje que cierra el fragmento de nuestro estudio encontramos un juego de ideas ampliado que contiene dos referencias culturales específicas estadounidenses. Dichas referencias aluden, a través de los distintos canales semióticos visuales y auditivos, al contexto en que se enmarcan: por un lado, mediante el canal visual, en la figura de elementos de vestuario de época, y por otro, el auditivo, mediante los parlamentos.

La declaración de guerra y la inminente llegada del enemigo es un excelente motivo para el mecanismo humorístico de la parodia, muy marcada culturalmente. Los personajes realizan una parodia de uno de los momentos más famosos e importantes de la historia de los Estados Unidos, la Guerra de la Independencia y el periodo de la Revolución Americana. Los trajes de época sitúan al espectador, y los parlamentos paródicos sobre pasajes históricos se ajustan a la escena. Las palabras de Groucho "*The enemy is coming. There'll be two lamps in the steeple if they're coming by land, and one if they're coming by sea*" no son sino un recuerdo al momento en que los ingleses atacaron las colonias sublevadas. Groucho utiliza las mismas palabras

históricas, parodiándolas en un contexto diferente. Luego se acerca a la ventana, tal y como rezan los libros de historia, y desata el lazo de la incongruencia, rompiendo nuevamente las expectativas de los espectadores que, en buena lógica, esperan que se enciendan únicamente una o dos luces, pero no tres: "*They've double-crossed me! They're coming by land and sea*". Acto seguido, Groucho vuelve a parodiar la historia, recitando las palabras contenidas en el famoso poema narrativo *Paul Revere's Ride* (1863), de Henry Wadsworth Longfellow, donde se narran las gestas del héroe revolucionario americano:

"Ride through every village and town,
Wake every citizen up hill and down.
(FIREFLY *is seen from a low angle.)*
Tell 'em the enemy comes from afar,
(He dances a jig.)
With a hey nonny-nonny and a ha-cha-cha.
(Resume on the group as BOB *and* CHICOLINI *exit to the left.)*
(Waving his sabre) Be off, my lad".

Históricamente, la secuencia es ciertamente anacrónica, puesto que en ella en la realidad fue el propio Revere quien pronunciara las palabras "*One if by land and two if by sea*", y él mismo, dos días más tarde, galoparía por pueblos y ciudades avisando de la llegada del inglés, y gracias a su aviso, las tropas revolucionarias podrían librar al día siguiente la histórica batalla de Lexington. En el fragmento de la película, sin embargo, son dos los personajes que dramatizan este episodio, y lo hacen al mismo tiempo: Groucho recita las palabras sobre si vienen por tierra o por mar y Harpo sale a caballo a avisar a la gente. Es una licencia histórica en pos del efecto cómico de la parodia.

El recitado parodiado es finiquitado con un anticlimático "*With a hey nonny-nonny and a ha-cha-cha*", que destroza la seriedad y solemnidad del momento histórico. Al parecer, estas son sílabas sin sentido que se solían utilizar antiguamente para tararear las canciones populares cuando no se recordaba la letra[38].

En cualquier caso, las referencias son fácil y rápidamente reconocibles para cualquier norteamericano, aunque pueden no serlo tanto para otros nativos de lengua inglesa o para los españoles.

Versión doblada:

[38] Según varios norteamericanos consultados.

FIREFLY: Se acerca el enemigo. Habrá dos luces en la torre si vienen por tierra y una si vienen por mar.

FIREFLY: Me han engañado, vienen por tierra y por mar. Pasad por todos lo pueblos y avisad a todos los ciudadanos. Decidles que se acerca el enemigo con un nonny-nonny cha-cha-cha. En marcha, valientes.

La traducción llevada a cabo adopta un patrón de literalidad. El significado es transferido, pero la transferencia literal de las referencias culturales limita enormemente la comprensión, si no la anulan. Es cierto, no obstante, que la marcación cultural de dichas alusiones es muy restringida a una comunidad de hablantes concreta (norteamericana), y que otros receptores de la misma lengua pueden no captar las alusiones.

Por otra parte, cierta información del TO se ha omitido ("*Ride through every village and town, Wake every citizen up hill and down*"), aunque la pérdida no es de relevancia. Groucho, en el TO, se dirige sólo al jinete, que encarna Harpo: "*Be off, my lad*", mientras que en la versión doblada se traslada el referente al conjunto del grupo, con cierto deslizamiento de significado: "En marcha, valientes".

Versión subtitulada:

[1610] Se acerca el enemigo.

[1611] Enciendan dos linternas
[1612] si vienen por tierra,

[1613] y una si vienen por mar.

[1614] Me han engañado.

[1615] Vienen por tierra
[1616] y por mar.

[1617] Cabalgad por los pueblos
[1618] y ciudades.

[1619] Despertad a la gente
[1620] colina arriba y abajo.

[1621] Decidles que el enemigo
[1622] viene de lejos, con un...

[1623] Ve, hijo mío.

La transferencia de significado no se ve afectada por la traducción literal, aunque la recepción de las connotaciones de las alusiones puede verse naturalmente afectada. Esa misma transferencia literal puede también producir un cierto efecto humorístico no directamente incluido en el TO. Así, cuando tras su recitado Groucho le dice al jinete Harpo "*Be off, my lad*", esto no tiene necesariamente el sentido literal de "hijo mío", sino simplemente el de "muchacho". La desesperación de un padre que se ve forzado a enviar a su propio hijo como mensajero en una contienda se torna de este modo graciosa.

En la última parte de los subtítulos del pasaje, la correspondiente a la gracieta tarareante de Groucho, se adopta el recurso técnico de dejar en suspenso el parlamento del subtítulo, y que el espectador lo enlace con la continuidad de la acción de la imagen en pantalla y el sonido de la banda sonora.

(ii). Elementos de contenido o referencia cultural polisemióticos (C_5, C_6, C_7, C_8, C_9)

Hasta aquí hemos hecho un análisis de los juegos de palabras e ideas que conforman el fragmento objeto de nuestro estudio. Existen algunos otros elementos, verbales y visuales, que se enmarcan en el pasaje de la canción del fragmento, y que también consideramos de importancia, si bien son mucho más sutiles. Hemos decidido englobar estos elementos en un solo episodio, por estar casi todos enmarcados en la parte de la canción, y por solaparse en cierto modo los distintos planos semióticos implicados (imagen, banda sonora, coreografía, etc.).

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_5.

Versión original:

ALL: *(Singing)* To war, to war, to war we're gonna go! *(FIREFLY, BOB, CHICOLINI and PINKY sing in a row, fluttering their hands like a Negro chorus).*

THE FOUR: *(Singing)* Oh, hi-de, hi-de, hi-de, hi-de, hi-de, hi-de-ho.
(Shot of the scene as everyone sings, shaking their fists in emphasis.)

ALL: *(Singing)* To war, to war, to war we're gonna go.
(The four sing again on their knees, fluttering their hands.)

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_6.

Versión original:
ALL: *(Singing)* We gonna walk all o'er the battlefield
'Cause all God's chillun got guns.
(Pan back to the group, sitting up on the judges' bench, strumming banjos, then cut to a closer shot of them.)

THE FOUR: *(Singing)* Oh, Freedonia,
Oh donya cry for me,
Cos I'm comin' round the mountain
With a banjo on my knee.
(They jump down from the bench and we cut back to the scene as they advance towards camera, playing their banjos.)

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_7.

Versión original:
(Cut to include the people around them as they get up and start a country-style dance. Music.
We look down on the scene as everyone gets up and dances round, shouting to the music. THE FOUR are seen dancing amidst the people, then we cut in to FIREFLY, BOB and CHICOLINI).

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_8.

Versión original:
(The people of Freedonia, in a medium shot, start surging down from the gallery.)
(Singing) A man of brawn who'll carry on
Till dawn of . . .
(Cut in on them jumping over the benches.)
(Singing) . . . victory.
With him to lead the way . . .
(Seen in reverse angle they surge towards the council table where everyone has gathered, and turn to face camera.)
(Singing) Our spirits will not lag,
Until the judgment day.
(We look down on the council table. Everyone throws up their hands and sings.)
(Singing) We'll rally round the flag, the flag, the flag, the flag!

En la canción aparecen algunos elementos culturales parodiados, esbozando una crítica (en la línea argumental de la película) a la guerra y a las confrontaciones entre países. En un momento dado, los Hermanos Marx comienzan a entonar cantos y a mover los brazos en el aire al estilo de un coro de negros, como si de un canto de negro espiritual se tratara (C_5). El pueblo reunido en la sala les sigue en sus movimientos y cánticos, en lo que parece una metáfora del pueblo sumiso a los designios de la pasión gobernante.

Más adelante, toman unos banjos y se ponen a tocar y cantar una canción llamada *Oh, Freedonia*, que no es sino una adaptación de la popular canción americana *Oh, Susana* (C_6).

Esto lo enlazan con otra danza popular americana, al más puro estilo *country*, a la que se suma de nuevo todo el pueblo (C_7).

Por último, y justo antes del fundido en negro hacia la escena final del caballo, la musical arenga patriótica llega a su clímax cuando todo el mundo, en lo que parece un atisbo de la tremenda realidad histórica que está a punto de suceder en la vida real, brazo derecho en alto cantan "*Our spirits will not lag, until the judgment day. We'll rally round the flag, the flag, the flag, the flag!*" (C_8).

Como señalamos anteriormente, la canción no ha sido traducida en la versión doblada. Esto podría deberse a una doble intención: por una parte, ser fiel a la práctica común de la época de no traducir la mayoría de las canciones, y por otra, obedecer a que precisamente el fragmento correspondiente a la canción fue censurado por la Junta de Censura española, en un intento de no reflejar explícitamente los contenidos críticos sobre la incitación a la guerra de las masas. En este sentido, en la documentación que hemos podido obtener (no sin dificultad) sobre los informes de censura de la película, reza que la película fue "aprobada en Barcelona el 15/3/39, eliminando la mitad de la canción *To War* en la que aparecen los títulos que dicen: 'Van a la guerra, van a matar, no saben a quien pero van a matar'"[39]. Tanto en la copia doblada como en la subtitulada con la que hemos trabajado para nuestro estudio no aparecen dichas líneas, por lo que debemos suponer que la versión doblada fue objeto de dicha censura en su día y que la versión subtitulada se ha realizado a partir de la misma copia censurada utilizada para el doblaje.

En la versión subtitulada sí se ha traducido la canción. Se ha continuado con una traducción eminentemente literal. De los diversos elementos culturales mencionados, quizá los más rápidamente apreciables por la mayoría de los receptores, tanto del TO como del TT, son los correspondientes a la canción *Oh, Freedonia* y al momento en que bailan música *country*. Los otros dos, el de los cantos de negro espiritual y el de la bandera, parecen ser mucho más sutiles y pueden dar lugar a interpretaciones diversas.

[39] Ver apéndice.

Elemento de juego de ideas – referencia cultural C_9.

Versión original:

(Dissolve to the Freedonian flag, which is drawn aside revealing FIREFLY, CHICOLINI, PINKY *and* BOB, *posing as statues in eighteenth-century soldier's costumes.* PINKY *is mounted on a horse. There is a roll of drums.*
Shot of the group as FIREFLY *looks off, sabre in hand.)*

Aquí, la referencia aparece canalizada en la imagen, en la forma de vestuario de época, con casacas, sombreros de tres picos y sables, una imagen que en el contexto histórico estadounidense despierta inmediatas connotaciones muy específicas (el periodo de la Independencia americana). Dicha referencia es reconocida, como veremos más adelante, de distinto modo por los receptores.

c) Metodología del estudio empírico: diseño y elaboración

A continuación pasamos a detallar la estructura del estudio empírico llevado a cabo. Dicho estudio ha constado de dos partes diferenciadas: por un lado, el visionado del fragmento objeto de estudio por parte de los sujetos participantes y la correspondiente observación y registro de las reacciones manifestadas por los sujetos en el transcurso del visionado. Por otro lado, la cumplimentación, por parte de los sujetos participantes, de los cuestionarios elaborados para cada grupo (versión original, versión doblada y versión subtitulada , respectivamente).

El desarrollo del estudio se llevó a cabo explicando a los sujetos que en primer lugar visionarían el fragmento objeto de estudio y que tras dicho visionado se les entregaría el cuestionario correspondiente a su grupo, para que lo cumplimentasen. Ambas fases del estudio empírico se realizaron de forma continua, es decir, la cumplimentación del cuestionario se realizó inmediatamente después del visionado del fragmento, al objeto de evitar posibles distorsiones y pérdidas en la percepción y la recepción del fragmento por parte de los sujetos, asegurando así un mayor grado de adecuación en las respuestas ofrecidas. El hecho de realizar el estudio empírico de este modo garantizaba además un mejor aprovechamiento racional del tiempo disponible por nuestra parte y por parte de los sujetos, ya que una ruptura cronológica en el desarrollo del estudio habría supuesto un retraso considerable en las fases de desarrollo del estudio y análisis de los resultados.

El proceso de obtención de datos mediante las fases de visionado y cuestionario se llevó cabo en el periodo comprendido entre los meses de enero y mayo del año 2000. Dicho proceso no tuvo una continuidad preestablecida, sino que debió ajustarse a la disponibilidad de los distintos sujetos participantes, lo que supuso una dificultad añadida a nuestro estudio, ya que en algunas ocasiones hubo que cancelar desplazamientos ya programados a los lugares de residencia de los sujetos, con la consiguiente pérdida económica y de tiempo.

(i). Participantes

Para la realización del estudio empírico se han tomado tres grupos de sujetos participantes: el primer bloque está constituido por el grupo correspondiente a la versión original del fragmento, integrado por sujetos de nativos de habla inglesa de distintas nacionalidades (en adelante este grupo aparece denominado con la codificación "grupo 'o'"). El segundo bloque lo constituyen los dos grupos de sujetos españoles, uno correspondiente al grupo de la versión doblada (denominado más adelante como "grupo 'd'") y el otro correspondiente a la versión subtitulada ("grupo 's'").

El establecimiento de las reacciones y la comprobación de las hipótesis se ha llevado a cabo mediante el visionado individual del pasaje del corpus escogido, por parte de los componentes de estos tres grupos heterogéneos de individuos (integrados por un mínimo de 10 individuos) de diferente estrato social, edad (entre los 16 y los 64 años) y procedencia geográfica (sujetos originarios o residentes en distintas zonas de España en el caso de los españoles, y de distintos países anglófonos, en el caso de los nativos de habla inglesa). De este modo se ha intentado garantizar la obtención de unos resultados que permitan un grado de representatividad objetiva aceptable.

Si bien la muestra puede parecer en principio reducida en cuanto al número de participantes, consideramos que el número de sujetos participantes en el estudio es suficiente para realizar un análisis estadístico y de resultados que arrojen conclusiones representativas. Cabe señalar, además, el carácter heterogéneo de la muestra y lo variado de la misma, por cuanto se ha procurado incluir en la misma a representantes de grupos de edad, sexo, nivel educativo, nacionalidad (en el caso de los sujetos de habla inglesa) y procedencia geográfica (en el caso de los participantes

españoles), lo que sin duda aporta una mayor objetividad y un valor añadido a nuestro estudio.

Las variables de configuración de los grupos tampoco han sido dejadas al azar: se ha procurado reflejar una representatividad objetiva en los parámetros de número de participantes, edad, nacionalidad, sexo, procedencia geográfica y nivel de estudios de los sujetos integrantes de los grupos.

Así, las edades de los sujetos participantes están comprendidas entre los 16 y los 64 años, lo que refleja un abanico muy completo del espectro de edad de la población. En nuestro estudio no se han incluido sujetos de edad inferior a los 16 años, por considerar que las características del corpus objeto de estudio no serían, en principio, adecuadas a un población infantil en términos de recepción.

La selección de los participantes se realizó entre personas conocidas directa o indirectamente por nosotros, atendiendo a los criterios de heterogeneidad expuestos.

Se ha tenido en cuenta el factor de conocimiento lingüístico del inglés de los distintos participantes. Así, se procuró que los sujetos que integraban el grupo de la versión subtitulada (grupo “s”) no tuvieran conocimientos de inglés, a fin de evitar una posible “contaminación” lingüística, en términos de condicionamiento, entre los distintos sistemas semióticos, esto es, por una parte la recepción de los subtítulos y por otra la banda sonora original en inglés de fondo. También contemplamos este criterio, aunque no en un sentido tan estricto, ya que no existe el referente de la banda sonora original en inglés de fondo, en el caso del grupo “d” (versión doblada).

En lo que respecta a las nacionalidades o la procedencia geográfica de los sujetos, también se ha seguido un criterio de rigurosidad, y se ha procurado ofrecer una muestra de sujetos de procedencia heterogénea. En el caso de los sujetos de habla inglesa, se ha conseguido contar con una muestra muy variada de nacionalidades, incluyendo a nativos de habla inglesa de 5 países de angloparlantes: Australia, Canadá, Estados Unidos, Irlanda y Reino Unido.
En lo que respecta a los procedencia geográfica de los sujetos españoles, el grado de representatividad geográfica conseguido es también muy considerable, por cuanto hemos incluido en nuestro estudio a sujetos de diverso origen geográfico dentro del territorio español: Barcelona, Bilbao, Cádiz, Granada, Guadalajara, Ibiza, Madrid,

Málaga y Oviedo. Queremos subrayar el valor que una muestra tan variada aporta para un estudio de estas características, no sólo en términos de rigor científico, sino también en cuanto a diversidad de características en los perfiles de los sujetos.

Es necesario destacar, por otro lado, la dificultad que entraña, en tiempo y costes, recoger una muestra de población tan heterogénea y diversa. En este sentido, para la realización de nuestro estudio con los diferentes sujetos, hemos tenido que desplazarnos hasta los lugares de residencia de los sujetos, repartidos por toda la geografía nacional. En el caso de los sujetos nativos de habla inglesa no ha sido necesario viajar hasta sus países de origen, pero sí a las distintas poblaciones españolas en las que residen.

Así pues, el primer grupo está conformado por nativos de lengua inglesa de distinta nacionalidad y procedencia geográfica (británicos, estadounidenses, canadienses, australianos, irlandeses), que han visionado el fragmento escogido exclusivamente en su versión original. El segundo y el tercer grupo están integrados por nativos de habla española de diversa procedencia geográfica, edad, y condición social e intelectual. Los individuos de un grupo han visto la versión doblada y los del otro, la versión subtitulada del mismo pasaje escogido.

(ii). Visionado del fragmento objeto de estudio

La fase de visionado del fragmento tuvo lugar durante el mencionado periodo comprendido entre los meses de enero y mayo del año 2000, y se realizó en los distintos lugares de residencia de los sujetos participantes en los tres grupos (Barcelona, Bilbao, Cádiz, Granada, Guadalajara, Ibiza, Madrid, Málaga y Oviedo).

El experimento se desarrolló en el propio domicilio de cada sujeto, con el fin de asegurar una mayor comodidad para el sujeto, y reducir el posible grado de distorsión que pudiera existir en otro lugar. Se procuró, en la medida de lo posible, adaptar el momento de realización del experimento a una hora en que no hubiese factores que pudieran influir negativamente en desarrollo de la prueba y en la recepción del sujeto (trabajo, otras personas en el entorno, horario demasiado tardío, ruido, etc.).

El visionado se realizó pues de forma individual con cada sujeto, mediante una cinta de vídeo que contenía exclusivamente el fragmento objeto de estudio, con el fin de evitar posibles disgresiones en el seguimiento de la acción.

Durante el visionado, hemos realizado anotaciones sobre las reacciones de los individuos ante los distintos elementos humorísticos y culturales del fragmento. Previamente, a los sujetos se les ha notificado únicamente, y a efectos de no estimular reacciones prematuras ni estados de activación que pudieran falsear los resultados, que iban a ver un fragmento de una película, especificando en todo caso que no se trataba de nada desagradable ni hiriente para la sensibilidad. Nuestra observación de las reacciones del sujeto se ha realizado fuera del alcance visual del sujeto, a fin de no condicionar ni perturbar el visionado ni la recepción del fragmento por parte del sujeto.

Establecemos cuatro parámetros de reacción en los individuos durante el visionado del fragmento, en relación a dichos elementos humorísticos y culturales que hemos localizado. Dichos parámetros corresponden, respectivamente, a las reacciones de: sonrisa, risa, ausencia de reacción y extrañeza.

Tras el visionado, los sujetos responden a un cuestionario sobre el pasaje que han visto y finalmente se les efectúa una pequeña entrevista acerca del tipo de humor que les gusta, de producciones audiovisuales, qué modo de traducción audiovisual prefieren, etc.

(iii). Diseño y elaboración de los cuestionarios. Rasgos comunes, rasgos particulares: descripción de las preguntas

El diseño del cuestionario se ha basado en los criterios de elaboración de cuestionarios, entrevistas y medición de actitudes detallados por Oppenheim (1992). El análisis de esta obra y los criterios de elaboración de cuestionarios en cuanto a su planteamiento, redacción, tipo de preguntas, construcción de módulos de preguntas, etc, ha resultado crucial para el diseño de los cuestionarios y para asegurar una validez objetiva de los resultados obtenidos.

En este sentido, estimamos que los cuestionarios no debían atenerse a un criterio unificador en cuanto al tipo de preguntas (cerradas o abiertas), sino que el carácter de las diversas hipótesis y parámetros que deseamos analizar aconsejaban la inclusión de preguntas de ambos tipos. Las preguntas abiertas, al no ofrecer una respuesta limitada a la elección de una opción entre varias, contribuyen a obtener información adicional sobre las reacciones y opiniones de los receptores que en principio no están mediatizadas por la elección de una opción concreta, permitiendo así más libertad de respuesta a los sujetos.

Debemos señalar, en cualquier caso, que las conclusiones a que se llegue mediante este estudio no son necesariamente extrapolables, puesto que para ello sería necesario un corpus enorme, y no bastaría con un pasaje ni una obra.

Se han elaborado tres tipos de cuestionarios, uno para cada uno de los grupos establecidos, respectivamente[40], esto es, uno dirigido a los nativos de lengua inglesa, otro a los nativos de lengua española que ven la versión original con subtítulos en español y el último dirigido a los nativos de lengua española que ven la versión doblada en español. Con anterioridad a la realización final de los cuestionarios se llevó a cabo una prueba piloto con un individuo nativo de lengua inglesa y otro de lengua española, a fin de determinar las posibles flaquezas que pudieran existir en los cuestionarios. Las pruebas piloto sirvieron para poder afinar las preguntas contenidas en los cuestionarios e incluir algunas cuestiones adicionales no previstas en un principio[41].

Como anteriormente expusimos en la metodología, objetivos y elaboración del experimento, en la elaboración de los cuestionarios no nos hemos atenido exclusivamente a un criterio limitador y condicionante que pudiera inducir de un modo más o menos directo las respuestas de los sujetos participantes en el proceso experimental. Por el contrario, estimamos que era una opción mucho más positiva y enriquecedora establecer un criterio ecléctico y objetivo, no condicionante, que no restringiera o condicionara en exceso las respuestas de los sujetos. Ello permitiría, como decíamos, la posibilidad de obtener nueva información por parte de los sujetos, además de la solicitada, en la que en un principio no hubiésemos pensado y

[40] Ver apéndices.

[41] Ver apéndices.

que pudiera ampliar o perfilar mejor nuestros presupuestos, dado el carácter de las diversas hipótesis y parámetros objeto de análisis.

En los cuestionarios se incluyen una serie de preguntas de carácter general referidas a rasgos generales y factores que los sujetos consideran importantes en las producciones audiovisuales (películas y series de televisión). Estas preguntas son comunes a los tres cuestionarios. Además de éstas, existen otras relativas a determinados aspectos concretos del fragmento visionado y relacionados con los elementos humorísticos visuales y verbales (juegos de palabras), los elementos de referencia cultural presentes, con inclusión de tres preguntas específicas sobre un juego de palabras puro, un juego de ideas puro (referencia cultural) y un juego de palabras mixto articulado sobre una estructura de referencia cultural. Por otra parte, también se incluyen algunas cuestiones específicas destinadas a sondear la opinión y preferencias de los receptores respecto a las modalidades de traducción audiovisual (doblaje y subtitulación). El cuestionario destinado a los sujetos que ven la versión subtitulada al español contempla algunas preguntas adicionales sobre la velocidad y la percepción de los subtítulos en el fragmento visionado. En cualquier caso, en líneas generales todos los cuestionarios contienen las mismas preguntas, si bien la orientación difiere en función de los sujetos a los que van destinados. Así, por ejemplo, a los sujetos que ven el fragmento en su versión original se les formulan las preguntas en relación con sus contextos lingüísticos, culturales y audiovisuales de origen en inglés.

De forma más detallada, el propósito y la función de cada una de las cuestiones comunes se estructura de este modo[42]:

En la pregunta número 1 se pide a los sujetos que nombren tres géneros de películas y series de televisión que les gusten, y por qué. Esta pregunta nos sirve para delimitar las preferencias audiovisuales de los sujetos. En principio podría parecer que no guarda relación alguna con el resto del cuestionario; sin embargo, el objeto es saber, de un modo indirecto, si al sujeto le gustan los géneros humorísticos (comedias, series de humor, etc.). También se le pide que aclare cuáles son las razones por las que le gustan dichos géneros audiovisuales (pregunta 2). Estimamos que podría ser un poco brusco preguntar a los sujetos de un modo abierto ya desde la primera pregunta si les gustaban los géneros de humor, por lo que una pregunta un tanto más abierta contempla la posibilidad de incluir dichos géneros y, en

[42] Los cuestionarios completos se incluyen en los apéndices.

cualquier caso, se obtiene información complementaria acerca de las preferencias audiovisuales del sujeto.

La pregunta 3 pretende confirmar si al sujeto efectivamente le gustan la comedia o los géneros humorísticos. De no haberlos mencionado en la primera pregunta, esta pregunta, de carácter cerrado, nos revelará esta información, en la que simplemente podría no haber pensado el sujeto anteriormente. En este sentido, se indica a los sujetos que incluyeran el humor en la pregunta anterior que no contesten a esta pregunta.

A continuación (pregunta 4) se intenta recabar alguna información que ahonde un tanto en los conocimientos y preferencias audiovisuales de los sujetos, pidiéndoles que mencionen dos personajes del mundo audiovisual (actores, actrices, directores, etc.) actuales y otros dos pasados, relacionados con los géneros que antes han señalado y que les gusten. De este modo se podrán identificar con más claridad, de un modo abierto, algunas posibles tendencias en cuanto a los tipos de humor de preferencia de los sujetos, en función, por ejemplo, de los actores cómicos que puedan mencionar.

La pregunta 5 de los cuestionarios está en relación directa con la primera. En ella se pide a los sujetos que valoren, en una pregunta semicerrada, los elementos que consideren más importantes en cada uno de los géneros que señalaron anteriormente. Estos elementos se corresponden con los sistemas semióticos principales en juego en las producciones audiovisuales (diálogos, imagen y banda sonora). Los sujetos valoran de 1 a 3 el orden de importancia que, según ellos, tienen dichos elementos dependiendo de los géneros de su elección. Se contempla la posibilidad de que el sujeto considere que varios elementos tienen la misma importancia y que otorgue, en ese caso, la misma valoración a más de un elemento.

La pregunta 6 se centra más en el fragmento del análisis y se pide a los sujetos que aclaren cuál, de las cuatro partes o secuencias en que se puede dividir el fragmento (juicio, enfrentamiento con el embajador, musical y escena del caballo), es la que más les ha gustado y por qué. De este modo pretendemos conocer si, por ejemplo, a algunos de los sujetos les ha gustado más la escena del juicio, supongamos, por los juegos de palabras presentes en ella. Este hecho sería bastante revelador y podría contrastarse con el análisis de la traducción de dicha escena, analizando asimismo

en qué medida se corresponden los hipotéticos efectos humorísticos del pasaje con la traducción efectuada para una u otra modalidad de traducción.

En la siguiente pregunta (número 7) delimitamos aún más los aspectos humorísticos que hayan calado más en los sujetos, preguntándoles qué les ha parecido más gracioso o divertido de todo el fragmento, y por qué. Nuevamente, las respuestas en cuanto a lo que los sujetos estiman más gracioso del fragmento pueden ofrecer una valiosa información en relación a la traducción de un pasaje determinado efectuada en un modo de traducción u otro (doblaje o subtitulación). Paralela a esta pregunta van las siguientes, destinadas a averiguar los elementos culturales (entendiendo por esto, recordemos, elementos propios de una sociedad o comunidad, como pueda ser la norteamericana en este caso, en alguna de sus facetas: historia, política, religión, literatura, música, deportes, etc.) que los sujetos han podido reconocer en el fragmento que han visionado (número 8) y con qué elementos o sistemas los identifican o cuál creen que es su significado (número 9). En este caso, las respuestas podrán ser variables, e ir desde la ausencia de reconocimiento al reconocimiento de diversos valores o elementos culturales propios de la sociedad o comunidad o la identificación de ciertos elementos culturales pero asignándolos a otros sistemas ajenos al original (por ejemplo, la identificación de un baile típico americano con una danza religiosa hindú).

En las preguntas 10 y 11 se pregunta a los sujetos con qué relacionan las escenas del caballo y del banjo, respectivamente. Puede que los sujetos hayan incluido estas escenas como elementos culturales en las preguntas anteriores, pero al tratarse de escenas muy marcadas culturalmente tanto desde el punto de vista visual como de los diálogos y la banda sonora (canción y alusión a la Revolución americana, respectivamente), requieren, en nuestra opinión, un conocimiento más profundo acerca de la identificación que de esos elementos realizan los sujetos, y de la que puede depender la recepción y la interpretación del fragmento que ven.

Como se observa en el análisis detallado del fragmento, además de elementos alusivos o de referencia cultural existen elementos lingüísticos que conforman el gran eje sobre el que gira buena parte del humor de los Hermanos Marx en el fragmento, la mayoría de ellos en la forma de juegos de palabras. En este sentido, hemos analizado los diversos mecanismos sobre los que se articulan dichos juegos lingüísticos y sus potenciales efectos humorísticos. En las preguntas 12 y 13 se pregunta a los sujetos qué juegos de palabras han podido reconocer en el fragmento

y con qué los identifican o cuál creen que es su significado. La pregunta es abierta, ya que consideramos que se desvirtuarían los resultados si planteáramos una pregunta cerrada en la que mencionáramos o describiéramos los juegos a los sujetos. Por otra parte, de esta forma también se permite un cierto margen de relatividad en las respuestas personales, ya que la identificación de los juegos lingüísticos puede no ser para todos la misma. Además, en la versión subtitulada se cuenta con dos sistemas semióticos paralelos pero diferentes (la banda sonora original, con los diálogos originales, por una parte, y los subtítulos en español), que pueden facilitar la identificación de determinados juegos de palabras, identificación que puede ser mayor incluso que en los sujetos que disponen tan sólo de un sistema semiótico de referencia, esto es, los diálogos de la versión doblada. Dicha identificación mediante los dos sistemas en los sujetos que visionan la versión original con subtítulos en español, no implica necesariamente el conocimiento de la lengua de la versión original a la que corresponde el sistema semiótico de la banda sonora original (inglés) (ya explicamos antes la selección de los miembros de los grupos, y el criterio de conocimiento o no de la lengua inglesa), sino que los sujetos pueden concluir esa identificación a partir de semejanzas fonéticas o sonoras de la banda sonora, y su correlación con el sistema semiótico término, es decir, los subtítulos en español.

Las preguntas 14 a 19 inclusive están referidas a aspectos relacionados directamente con los Hermanos Marx y con la película objeto de estudio. Así, en la cuestión 14 intentamos dilucidar con qué elementos o objetos representativos se asocia la figura de los Hermanos Marx. Por elementos u objetos representativos entendemos algún adminículo o rasgo concreto que caracterice a los personajes. Con ello pretendemos establecer el nivel de estereotipación que existe entre los sujetos (que, recordemos, pertenecen a un espectro de grupos de edad, nivel sociocultural y profesional y origen geográfico muy amplio) en el conocimiento que se tiene de una institución más o menos "universal" en el contexto del humor como puedan ser los Hermanos Marx, del mismo modo que se pueda tener de otros personajes conocidos.

En la cuestión 15 se pregunta a los sujetos el nombre de la película a la que pertenece el fragmento. La pregunta no es cerrada y no es vital para el cuestionario el hecho de que lo sepan o no, por ello se aclara al sujeto en el enunciado que si lo desconoce puede preguntar, indicando "no lo sé". El objetivo de esta pregunta viene en realidad delimitado por el siguiente apartado del cuestionario (pregunta 16), en el que se pregunta al sujeto qué le sugiere el título. Los títulos de las producciones audiovisuales encierran en numerosas ocasiones información relevante para el

desarrollo del filme, por ejemplo en forma de referencias contenidas en el argumento o los personajes, o como en el caso de los Hermanos Marx, seguir un patrón determinado[43].

Algo similar sucede con los nombres de los personajes. En sus películas, los Hermanos Marx encarnan a personajes de nombres a veces disparatados o que se adaptan al perfil de la caracterización del tipo de personaje al que representan. Así, Chico suele aparecer como un italiano jugador y pillo amante de la música y con un inglés pésimo muy italianizado (aspecto que, como hemos señalado, no se aprecia en las versiones dobladas al español de sus películas, y que constituye una pérdida importante). En este caso es Chicolini. Groucho suele encarnar a personajes indomables y desquiciados de un hipotético renombre o trasfondo, con nombres muy pomposos, que al menos en inglés suelen entrañar algún tipo de connotación o efecto humorístico. Aquí se nos presenta como Rufus T. Firefly. Mediante una pregunta cerrada de opción múltiple preguntamos a los sujetos en qué medida consideran cómicos los nombres de los personajes, y por qué (pregunta 17). De este modo podemos establecer, en caso de que les resulten graciosos, a qué motivos aducen esa comicidad de los nombres, y en qué medida corresponde o no con la intención y las connotaciones originales.

Los nombres de los países del filme constituyen otro elemento muy importante desde el punto de vista connotativo y en cuanto a su relación con el argumento. Los nombres de estos países no se han adaptado o traducido en ninguna de las versiones españolas que hemos estudiado, manteniéndose en la LO. Por eso, y al igual que hiciéramos con el título, preguntamos a los sujetos con qué asocian el nombre de dichos países (pregunta 18), y contrastamos las respuestas de los nativos españoles con las de los nativos de lengua inglesa.

Finalmente, en la pregunta número 19 formulamos a los sujetos una pregunta abierta en la que les pedimos que indiquen cómo califican el humor de los Hermanos Marx. Esta es, evidentemente, una pregunta eminentemente subjetiva, donde las respuestas estarán en función de los gustos y preferencias que los sujetos puedan tener en materia de humor en general y humor audiovisual en particular. En cualquier caso, nos servirá para perfilar las reacciones y opiniones de los sujetos ante las diversas preguntas que constituyen el cuestionario y el fragmento visionado.

[43] Muchas películas de los Hermanos Marx contienen referencias animales en sus títulos (*Duck Soup, Monkey Business, Horse Feathers, Animal Crackers*). Algunas de esas referencias, de esos títulos, entrañan en su versión original un doble sentido o un idiomatismo, que añade un valor connotativo humorístico a la trama.

A continuación se formulan una serie de preguntas dirigidas a conocer la opinión de los sujetos acerca de algunos aspectos concretos de la traducción audiovisual y los modos de traducción audiovisual. Esta serie de preguntas varía ligeramente entre los cuestionarios dirigidos a los sujetos que han visto la versión doblada o la subtitulada (preguntas 20 a 26 inclusive) y el cuestionario dirigido a los nativos de lengua inglesa que han visionado el fragmento en versión original (preguntas 20 a 25, correspondientes a la secuencia de preguntas 21 a 26 de los otros cuestionarios).

La pregunta 20, de carácter cerrado de opción múltiple, intenta esclarecer la opinión de los receptores españoles acerca de la calidad de la traducción al español de las producciones audiovisuales extranjeras. Sus opiniones nos servirán para apoyar sus reacciones ante los elementos objeto de análisis y la comprobación de las hipótesis. Podríamos haber incluido esta cuestión también en el cuestionario destinado a los nativos de lengua inglesa, a fin de establecer cuáles son sus opiniones respecto a la traducción que de producciones de lengua no inglesa, por ejemplo, se lleva a cabo en sus respectivos países, pero consideramos que este aspecto queda fuera de los objetivos de este trabajo.

Sí interrogamos a todos los sujetos sobre los factores o elementos de los que, en su opinión, depende el éxito de una película o serie de televisión (en España en el caso de los españoles, y en sus respectivos países de origen, en el caso de los nativos de lengua inglesa. Pregunta 21 y 20, respectivamente). Las posibles respuestas pueden arrojar información acerca de lo que los receptores consideran como más importante para la correcta transmisión (en suma, el éxito) del mensaje audiovisual.

Esto sirve para formular la siguiente cuestión (pregunta 22 y 21, respectivamente), en la que planteamos una opción múltiple sobre el tipo de modo de traducción audiovisual que prefieren a la hora de ver una película o serie de televisión. Si bien los contextos de aplicación y estudio son distintos, en este caso consideramos útiles las respuestas de los nativos de lengua inglesa a este respecto. Las preferencias sobre el modo de traducción se perfilan hacia una opinión más objetiva, en una respuesta también cerrada, sobre el modo de traducción audiovisual que consideran que transmite mejor el mensaje de la película o serie, y en virtud de qué motivos (pregunta 23 y 22, respectivamente).

Siguiendo la orientación de las cuestiones, vamos concretando e infiriendo componentes relacionados con nuestro análisis. En este sentido, como paso siguiente, planteamos a nuestros sujetos cuál es, en su opinión, el modo de traducción audiovisual que transmite mejor el humor (subtitulación / doblaje), y en base a qué argumentan su elección (pregunta 24 y 23, respectivamente).

Para terminar esta serie de preguntas relacionadas con los modos y aspectos concretos de la traducción audiovisual, hemos incluido dos preguntas cerradas de opción simple (sí / no) sobre su opinión acerca de la traducción de las canciones en las películas y series de TV y cuál es, si han contestado afirmativamente, el modo de traducción audiovisual que, a su parecer, es más adecuado para ello (preguntas 25-26 y 24-25, respectivamente). Este aspecto nos parece especialmente importante por cuanto el fragmento objeto de nuestro estudio incluye un número musical con una canción, que en la versión doblada al español no ha sido traducida, manteniéndose en su versión original en inglés, con la consiguiente pérdida de información y de carga connotativa sobre el texto audiovisual origen.

La siguiente serie de cuestiones (preguntas 27 a 34 y 26 a 33, respectivamente) se refieren específicamente a aspectos concretos del fragmento que los sujetos han visto, con algunas matizaciones en los cuestionarios, en función de la versión de que se trate (original, subtitulada y doblada). En las dos primeras preguntas de esta serie (27-28 / 26-27) se intenta establecer, por medio de preguntas cerradas de opción múltiple, la valoración que los sujetos hacen de los dos tipos de humor principales contenidos en el fragmento, verbal y visual. Evidentemente, tanto las respuestas a estas como a las siguientes preguntas de esta serie serán muy útiles a la hora de contrastarlas con las reacciones anotadas durante la fase de observación experimental con cada sujeto, y esos resultados servirán de contraste o apoyo a dichas reacciones.

Las tres preguntas siguientes (29 a 31 y 28 a 30, respectivamente) son cruciales en el desarrollo de nuestro estudio y para alcanzar conclusiones sobre la recepción de los sujetos del fragmento visionado. En ellas planteamos a los sujetos varias citas textuales del texto audiovisual de la versión que cada uno ha visto, y que corresponden a rasgos o elementos humorísticos o culturales determinados. La primera pregunta contiene un juego de palabras puro, basado en una semejanza fonética que Chico explota con su curioso acento italiano. Planteamos a los sujetos

una pregunta cerrada de opción simple (sí / no) para averiguar si les ha parecido cómico el pasaje, y se les pide que razonen su respuesta.

A continuación incluimos una pregunta (pregunta 30 / 29) con el mismo patrón, y que también contiene un juego de palabras, aunque ahora ese juego lingüístico está articulado sobre la base de una doble referencia cultural en el TO. Esta estructura humorística ha sido tratada de forma distinta en la versión doblada y en la versión subtitulada. Como señaláramos previamente, los sujetos que ven la versión subtitulada en español cuentan con dos sistemas semióticos a través de los cuales pueden identificar posibles juegos de palabras, sin necesidad de conocer la LO, a partir de la banda sonora original y los subtítulos en español. El TT de cada una de las versiones es completamente distinto, lo que incidirá en la recepción y en la respuesta ofrecida por los sujetos. Se pide a los sujetos que justifiquen su respuesta.

Por último, planteamos una pregunta (pregunta 31 / 30), también cerrada de opción simple, referida al pasaje final del fragmento, y en el que se incluyen referencias culturales del contexto del T/CO. Las reacciones y respuestas de los españoles, en principio ajenos al marco de referencia contextual del pasaje, pueden diferir en gran medida de las de los receptores del TO nativos de lengua inglesa. A fin de perfilar las respuestas de cada sujeto, o incluso grupo de sujetos, preguntamos si les parece gracioso el pasaje y añadimos otra subpregunta (en lugar del razonamiento de la respuesta que se incluía en las anteriores), más abierta, en la que se pretende averiguar a qué creen que se refiere la escena.

El paso siguiente del cuestionario consiste en recabar, tras las preguntas concretas del pasaje, la opinión de los sujetos acerca de la efectividad y funcionalidad del modo de traducción audiovisual utilizado en la versión que han visto (doblaje y subtitulado, respectivamente), en relación a la transmisión del humor (pregunta 32) y las referencias culturales (pregunta 33). La modalidad de preguntas utilizadas en estos dos casos es la de preguntas cerradas con opción simple (sí / no).

El cuestionario destinado a los nativos de lengua inglesa es, obviamente, diferente en estas preguntas. Hemos variado ligeramente la formulación de la pregunta, si bien el objetivo sigue siendo saber en qué medida la transmisión del humor y los elementos culturales es realizable con éxito de un modo funcional. En este sentido, en la cuestión número 31 se pregunta a los nativos si creen que este tipo de humor (independientemente de las preferencias subjetivas sobre el humor) es fácilmente

reconocible por un nativo de lengua inglesa; en la cuestión número 32 se formula la misma pregunta, pero respecto a las referencias culturales. En ambos casos se utilizan preguntas cerradas de opción simple (sí / no). El nivel de efectividad en la transferencia que adjudiquen los sujetos estará en relación, por ejemplo, con el grado de marcación cultural de los referentes y, en esa medida, se reflejará en las respuestas de los españoles.

Continuando con la transferencia de los diversos mensajes, significados y niveles de connotación en relación a la modalidad de traducción audiovisual que han visto, en una pregunta siguiente (número 33 para la versión original, número 34 para la versión doblada, número 35 para la versión subtitulada) se plantea, mediante una pregunta cerrada de opción múltiple, si creen que los subtítulos reflejan el humor y las referencias culturales de la versión original mejor, igual o peor que el doblaje. Lógicamente, la pregunta está formulada con carácter general, aunque no es arriesgado pensar que los sujetos pueden incluir el fragmento analizado en su opinión. Cabe pensar que la adición de nuevas variables, como el visionado de ambas versiones (doblada y subtitulada) por parte de los sujetos, el conocimiento la lengua inglesa a unos niveles determinados, etc., arrojarían nuevos y diferentes resultados.

En el cuestionario de la versión subtitulada se añade una pregunta con la que se pretende averiguar la opinión de los sujetos sobre la velocidad de los subtítulos del fragmento que han visionado (cuestión número 34, de carácter cerrado y opción múltiple). Este aspecto cobra especial relevancia en el caso de las películas de los Hermanos Marx, caracterizadas por rapidísimos parlamentos llenos de contenido, juegos lingüísticos, etc., ejemplarizados en la mayoría de las ocasiones por la verborrea de Groucho. La velocidad de los subtítulos incidirá en la calidad de la recepción de los mismos (Ivarsson, 1992 : 37-46).

Posteriormente se ha incluido una serie de preguntas comunes destinadas a establecer si los sujetos ya habían visto con anterioridad el filme al que pertenece el fragmento (la visión previa podría condicionar de alguna forma las respuestas ofrecidas) y, en caso afirmativo, cuántas veces, hace cuántos años, si se vio en cine o en televisión (en este sentido, entendemos que la modalidad de vídeo está englobada en este caso en la televisión, por lo que no medimos el modo de transmisión, sino el proceso de visualización y el formato); y si se vio en versión original, en versión original con subtítulos o en versión doblada.

A continuación, y con objeto de contextualizar las respuestas de los sujetos, se pregunta cuántas películas de los Hermanos Marx han visto (pueden haber visto el filme objeto de estudio u otros), y cuáles, si recuerdan los títulos.

Las cuestiones relativas al fragmento visionado concluyen con dos preguntas comunes de carácter cerrado y opción simple (sí / no) en las que se pregunta a los sujetos, en primer lugar, si creen que el fragmento visionado tiene una unidad propia, esto es, si se puede entender aislado del resto de la película (número 40 en la versión original, pregunta número 42 en la versión doblada, y número 43 en la subtitulada). En segundo lugar, se pregunta si consideran que necesitarían ver el fragmento otra vez para localizar más elementos humorísticos y referencias culturales. Las respuestas a estas cuestiones pueden ofrecer información útil acerca de la transferencia efectiva y el nivel de comprensión que el sujeto tiene del fragmento visionado, y que estarán en relación con las características del TT.

La última parte del cuestionario consiste en una serie de cuestiones de carácter personal sobre los sujetos, destinadas a delimitar el perfil del sujeto y obtener información valiosa sobre el grupo de edad al que pertenece, el sexo, el nivel sociocultural, el trasfondo profesional en que se enmarca, y el lugar de origen. Se aclara que esta información será tratada con confidencialidad y que esos datos se utilizarán tan sólo como información complementaria al estudio.

Por último, se pide a los sujetos que faciliten los nombres de algunos humoristas (no necesariamente actores), de su propio país de origen y extranjeros, de su gusto. Esta información nos ayudará a conocer las preferencias en materia de humor de los encuestados, y será tenida en cuenta en relación con las respuestas y reacciones ofrecidas por cada uno de ellos.

Al término del cuestionario se invita a los sujetos a que, si así lo desean, realicen cualquier comentario adicional que estimen oportuno sobre el cuestionario, el experimento, el fragmento que han visto o alguno de los factores objeto de estudio. Por supuesto, agradecemos enormemente la colaboración prestada a cada sujeto.

d) Análisis de los resultados

En este apartado analizamos los resultados obtenidos en nuestro estudio empírico. Dicho análisis se estructura en torno a dos líneas fundamentales. Por una parte, abordamos en primer lugar los resultados obtenidos de la observación empírica llevada a cabo sobre los sujetos de los tres grupos (grupo "o", correspondiente a nativos de habla inglesa que integran el grupo de la versión original; grupo "d", correspondiente a los españoles del grupo de la versión doblada; y grupo "s", referido a los sujetos españoles que integran el grupo de la versión subtitulada) durante el visionado del fragmento audiovisual objeto de estudio.

El análisis de las reacciones registradas en esta fase se ha consignado en dos bloques:

- relación entre las reacciones mayoritarias manifestadas por los sujetos de cada grupo y los diferentes elementos de humor verbal (H_n)
- relación entre las reacciones mayoritarias manifestadas por los sujetos de cada grupo y los distintos juegos de ideas o elementos de contenido o referencia cultural (C_n).

En una segunda parte se analizan las respuestas ofrecidas por los sujetos de cada grupo en relación a las preguntas cerradas de los cuestionarios (P_n). Las preguntas cerradas, como se ha comentado anteriormente, a diferencia de las preguntas abiertas, son más fácilmente cuantificables y se prestan más a un análisis estadístico y de correspondencias. Es por ello que incluimos el análisis de las preguntas cerradas en este aparatado, dejando el análisis de las preguntas abiertas para un estudio aparte en el epígrafe siguiente.

En primer lugar, presentaremos los datos estadísticos y las gráficas resultantes para cada ítem correspondiente a las reacciones obtenidas respecto a cada uno de los elementos de humor verbal o de juego de ideas o referencia cultural, respectivamente. A fin de facilitar su localización y reconocimiento, cada uno de dichos elementos está introducido por la transcripción de la sección de texto audiovisual (correspondiente a la versión original sólo) en que se enmarca en el fragmento. A continuación se muestra la tabla de frecuencias observadas en cada uno de los grupos (grupos "o", "d" y "s", respectivamente), y la gráfica de análisis de correspondencias resultante. Dicha gráfica expresa las relaciones registradas en términos de proximidad, de modo que la posible dependencia que pueda existir

entre dos categorías (en este caso, cada grupo y el respectivo elemento de humor verbal o de referencia cultural), vendrá en función de la mayor o menor relación de proximidad que dichos parámetros reflejen en la gráfica.

Dado que en muchos casos los resultados obtenidos en los análisis de las relaciones entre la variable grupo y los elementos de humor verbal (H_n) y juegos de ideas o referencia cultural (C_n) muestran tendencias muy similares y coincidentes, hemos optado por ofrecer un comentario general a cada uno de estos bloques, a modo de conclusión, en lugar de una explicación individual a cada uno de los elementos, lo que sería repetitivo y tedioso.

En el caso de las preguntas cerradas, sí incluimos un comentario individualizado junto a cada muestra de análisis estadístico y representación gráfica de cada una de las preguntas.

Como en los bloques anteriores correspondientes a las reacciones de los sujetos registradas en el visionado, cada análisis de relación entre la variable grupo y cada pregunta cerrada también está introducido por la transcripción de la correspondiente pregunta.

Antes de la presentación de los datos y el análisis estricto de los resultados, incluimos una breve introducción teórica sobre el tratamiento estadístico de la información obtenida, y sobre los procedimientos estadísticos adoptados para el presente análisis (test Chi-cuadrado y análisis de correspondencias).

Para el procesamiento de datos de esta investigación se emplearon los programas estadísticos STATISTICA 5.0 y SPSS 7.5, así como la hoja de cálculo Excel-2000. Todo el software utilizado trabaja en el entorno Windows-98.

Las etapas seguidas para el tratamiento previo de la información, fueron las siguientes:

a) Una exploración de las bases de datos de partida, con el objetivo de determinar las posibles mediciones anómalas o redundantes, y la posible existencia de individuos cuyas mediciones debían ser excluidas por valores erróneos. Esto último llevó a establecer la homogeneidad de las poblaciones.
b) Un análisis descriptivo de la información basado en resúmenes de frecuencias y gráficas de histogramas y de barras.

c) Un análisis de dependencias entre variables basado en la aplicación del test chi-cuadrado sobre tablas de contingencias.
d) Un estudio multivariante exploratorio de la información basado en el análisis de correspondencias.

(i). Conceptos teóricos sobre inferencia mediante test de hipótesis

La inferencia estadística consta de dos partes: estimación y contraste o test de hipótesis. La teoría de la estimación está centrada en asignar valores a los parámetros característicos de una población u otros índices de interés. En ocasiones es preciso establecer procedimientos que permitan aceptar o rechazar una hipótesis sobre alguna característica asociada a la población. Este es el objetivo de la inferencia estadística.

Las inferencias aquí utilizadas están orientadas a establecer la dependencia o independencia (homogeneidad) de las subpoblaciones delimitadas por las preguntas del cuestionario. De esta forma si todas las subpoblaciones de individuos tienen la misma opinión o reaccionan de la misma manera ante un hecho como puede ser un elemento de humor, una referencia cultural, o mantienen una misma opinión ante una pregunta cerrada, las subpoblaciones serían independientes respecto al elemento considerado. En caso contrario podría establecerse una relación entre la subpoblación y el factor considerado.

Todo test de hipótesis parte de una formulación exacta de la hipótesis a contrastar, a dicha hipótesis se le denomina "*hipótesis nula*" o hipótesis h_0. La hipótesis que es aceptada si la hipótesis nula se rechaza se denomina "*hipótesis alternativa*" o hipótesis h_1. Evidentemente cada pregunta del cuestionario constituye una muestra que permite aceptar o rechazar una hipótesis sobre dicha pregunta. Por tanto, un test o contraste de hipótesis consiste en esencia en un procedimiento por el cual nos decidimos por h_0 o por h_1 con una fiabilidad prefijada de antemano, denominada "nivel de significación del test" (en nuestro caso, fijado en torno al 0,05, que equivale aproximadamente a un 95% de fiabilidad).

Se denomina error de tipo-I o error α a: $P(\text{decidir } h_1 / h_0 \text{ es cierta})$

Dada una muestra $m=\{x_1, x_2, \ldots x_n\}$, un "estadístico" es una función de la muestra $T(x_1, x_2 \ldots x_n)$ asociada al contraste cuyo valor sirve para decidir si h_0 será aceptada o

rechazada manteniendo el error de tipo-I por debajo del valor establecido como nivel de significación. De esta forma, por ejemplo, si un determinado test es aceptado o rechazado con un nivel de significación < 0,05, esto indica que de 100 veces que se realizara dicho test, 95 veces se estaría acertando.

Las inferencias estadísticas que aplicaremos están basadas en establecer la homogeneidad de dos o más poblaciones basándose en las respuestas que la población de individuos ha suministrado. Se establecen contrastes del tipo:

h_0: "La población es homogénea con respecto a los parámetros (X,Y)".
h_1: " Los parámetros (X,Y) son independientes uno de otros".

1. La prueba Chi-cuadrado

Las variables de la investigación que se ha realizado son en nuestro caso las preguntas o comportamientos observados ante los distintos elementos de humor. Dichas variables son categóricas, es decir son variables nominales u ordinales agrupadas en rangos.

La prueba Chi-cuadrado permite determinar la posible dependencia o independencia entre las categorías de estas. Supongamos dos variables X e Y definidas en una tabla de contingencia tal como la que sigue (Tabla 5):

Tabla número 5

	X_1	X_2		X_n	*Total*
Y_1	N_{11}	N_{21}		N_{n1}	$\mathbf{N_{.1}}$
Y_2	N_{12}	N_{22}		N_{n2}	$\mathbf{N_{.2}}$
Y_m	N_{1m}	N_{2m}		N_{nm}	$\mathbf{N_{.m}}$
Total	$\mathbf{N_{1.}}$	$\mathbf{N_{2.}}$		$\mathbf{N_{n.}}$	$\mathbf{N_{..}}$

Fig. (*)

Sean Nij el numero de observaciones de la categoría i de X y j de Y. La hipótesis que usualmente se pone a prueba consiste en suponer que las categorías de X e Y se dan todas por igual, lo que significa que las variables X e Y toman valores independientemente una de la otra. Este concepto es conocido con el nombre de "independencia estadística". Para probar esta hipótesis, contamos con el número de casos Nij de cada grupo en cada categoría y comparamos la proporción de casos en las diferentes categorías de un grupo con la del otro grupo. La hipótesis se puede formular de la siguiente manera:

> *h_0 : X e Y son independientes.*
> *h_1: Existen categorías de X (de Y) que dependen de categorías de Y (de X).*

El método para probar si h_0 es cierta o falsa consiste en construir una función denominada estadístico Chi-cuadrado. Dicho estadístico mide en todas las celdas las diferencias entre los valores (E_{ij}) previstos si h_0 fuese cierta y los valores (O_{ij}) reales de las contestaciones obtenidas. Su formulación es como sigue:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{r} \sum_{j=1}^{k} \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

donde O_{ij} es el número observado de casos clasificados en la fila "i" la columna "j", y E_{ij} es el número de casos esperados conforme a h_0 que clasificarán en la fila "i" de la columna "j".

Los valores de Chi-cuadrado (χ^2) dados por la fórmula anterior son distribuidos de forma que "r" es el número de filas y "k" es el número de columnas en la tabla de contingencia. Para hallar la frecuencia esperada para cada celda (E_{ij}), se multiplican los dos totales marginales comunes a cada celda particular y se divide este producto por el número total de casos, *N*.

Con una hipótesis de nulidad podemos determinar la frecuencia esperada para cada una de las celdas con el método indicado. En todo caso, multiplicamos los dos

totales marginales de una celda particular y dividimos el producto por *N* para obtener la frecuencia esperada.

Si las frecuencias esperadas están estrechamente de acuerdo con las frecuencias obtenidas, las diferencias $(O_{ij} - E_{ij})$ serán, por supuesto, pequeñas, y consecuentemente el valor de χ^2 será pequeño. Con un valor pequeño de χ^2 no podemos rechazar la hipótesis de nulidad, que supone independientes entre sí a los dos conjuntos de características. Sin embargo, si hay una o varias diferencias grandes, el valor de χ^2 también será grande. Cuanto mayor es χ^2 tanto más probable es que los dos grupos difieran con respecto a las clasificaciones. Si un valor observado de χ^2 es igual o notablemente mayor que el valor dado en la tala de frecuencias en un nivel particular de significación, se rechaza h_0 en el nivel de significación dado.

La significación de cualquier valor particular de χ^2 depende de lo grande o pequeña que sea la diferencia medida por el estadístico χ^2**.** Este valor de significación lo proporciona el parámetro *p-value* o simplemente *p*.

2. El análisis de correspondencia.

El procedimiento de análisis de correspondencia es un procedimiento de tipo exploratorio, es decir, intenta obtener las relaciones entre las variables basándose en las apreciaciones visuales de distancias entre categorías en una representación gráfica en dos ejes coordenados. Dicha técnica permite representar como puntos sobre una gráfica tanto las categorías de X como las de Y, de forma que la proximidad existente entre dos categorías da idea de la relación de dependencia existente entre dichas categorías. Esto es en definitiva una representación conjunta de las filas y las columnas de la tabla (fig. *). De esta forma si dos categorías están muy alejadas es porque la tabla de contingencia de la figura (*) contiene frecuencias asociadas muy diferentes. En caso contrario, si dos categorías están muy cercanas es porque el comportamiento de las frecuencias asociadas a dichas categorías es semejante.

Aunque el análisis de correspondencias permite una representación conjunta de dos variables categóricas posee la desventaja de que la capacidad explicativa de cada eje

de la representación puede ser diferente y por tanto su importancia en la definición de las proximidades. Por ello se adjunta una tabla con el porcentaje de información que cada eje almacena y la cantidad de información total de la representación.

(ii). Variables analizadas

A continuación incluimos una tabla en la que desglosamos en detalle los diferentes elementos que conforman el análisis de los resultados. Estos elementos son: a) las variables que integran cada uno de los elementos objeto de medición, b) la naturaleza de cada variable en cuestión (tipo de variable, que puede ser de carácter cualitativo o de carácter numérico, según el tipo de información que refleje, esto es, si se trata de un valor numérico, como la edad, o una cualidad, la nacionalidad), c) los códigos que se han utilizado para la denominación de los parámetros objeto de estudio (codificación) en cada una de las variables, y d) una somera descripción, a modo de explicación, de lo que pretende medir cada variable.

En dicha tabla podemos distinguir varias secciones: en primer lugar aparecen una serie de variables de carácter individual, referidas a la configuración de las características de los sujetos que conforman cada grupo (grupo, edad codificada, edad, sexo, estudios, origen).

La variable edad, que enumera las edades de cada uno de los sujetos, ha debido ser circunscrita, a efectos de análisis estadístico, en otra variable, denominada “edad codificada”. Sería necesario contar con una muestra de población mucho más extensa para poder operar con cada una de las edades consignadas en la variable “edad”, por lo que su clasificación en tres categorías o grupos de edad es estadísticamente más operativa. Dichos grupos de edad se conforman atendiendo a criterios generales seguidos en estudios estadísticos de población y en ciencias humanas y sociales. Así, hemos establecido tres grupos: un grupo integrado por sujetos cuya edad está comprendida entre los 16 y los 25 años, un segundo grupo de sujetos de 25 a 40 años, y un tercer grupo en el que se integran los sujetos de 40 a 63 años.

En la variable “estudios” también se ha llevado a cabo una categorización del nivel de estudios de cada sujeto participante, codificándolos en cuatro niveles: 1 (estudios primarios), 2 (estudios de educación secundaria), 3 (estudios universitarios) y 4 (estudios de formación profesional).

Tras este bloque de variables referidas a las características de los sujetos que componen cada uno de los grupos de participantes, a continuación se muestran tres secciones diferenciadas: las dos primeras, en las que se analizan los elementos de la fase de visionado, esto es, en primer lugar, los diferentes elementos de humor verbal (H_n), y en segundo lugar, los de referencia cultural o juegos de ideas (C_n), y una tercera sección e n la que se abordan las preguntas cerradas de los cuestionarios.

Encabezando el análisis de la primera sección de la fase de visionado se ha incluido una pregunta (P1A) que no aparece explícitamente en los cuestionarios, sobre la apreciación general de los Hermanos Marx. Se trata de la pregunta "¿Le gustan los Hermanos Marx?", de carácter cerrado y opción simple (sí / no), que fue formulada verbalmente a los sujetos tras haber cumplimentado el cuestionario.

A continuación se incluyen como variables, como decimos, en primer lugar, cada uno de los nueve elementos de humor verbal que se han analizado y comentado anteriormente (H_n). En este apartado analizamos los resultados de la observación empírica llevada a cabo sobre los sujetos de los tres grupos durante el visionado del texto audiovisual objeto de estudio, atendiendo a los cuatro parámetros de reacción en la recepción establecidos previamente (ausencia de reacción, sonrisa, risa, extrañeza). Estos elementos están ordenados cronológicamente de acuerdo a su aparición en la secuencia del fragmento visionado y están denominados con la letra "H_1, H_2, H_3...".

La siguiente parte de las variables está integrada por los diez elementos de juegos de ideas o referencias culturales (C_n) localizados y establecidos previamente para someterlos a observación empírica y analizar, como en el caso de los elementos de humor verbal, los niveles de recepción en cada uno de los grupos y sujetos que los integran. Los elementos están, igualmente, codificados en orden cronológico según su secuencia de aparición en el fragmento, y se denominan con la letra "C_1, C_2, C_3...".

En la sección dedicada a las preguntas cerradas incluimos las preguntas de carácter cerrado que componen los distintos cuestionarios, caracterizadas por la denominación "P" y la numeración de cada pregunta en el cuestionario correspondiente. De este modo, "P40/42/43" se refiere a la pregunta 40 del cuestionario destinado a los sujetos del grupo que visiona la versión original. Esa numeración corresponde, en el caso de los otros dos grupos –versión doblada y

versión subtitulada, respectivamente- a las preguntas 42 y 43. Cuando sólo aparecen dos números (por ejemplo, "P21/22") se entenderá que la primera cifra corresponde al cuestionario de la versión original y la otra a la numeración en los otros dos cuestionarios. La ausencia de una pregunta en uno de los cuestionarios se indica por medio de un espacio (así, por ejemplo, la pregunta "P /39/40" sólo existiría en los cuestionarios de los grupos de la versión doblada y la versión subtitulada, y la pregunta "P31/ / " sólo existiría en el cuestionario de la versión original).

Tanto los elementos de humor verbal como los juegos de ideas o elementos de referencia cultural están aquí representados por su referente inmediato de la versión original del fragmento, aunque evidentemente cada uno de los grupos ha visto el fragmento en su versión correspondiente. Para una mejor localización hemos resaltado mediante subrayado, en las preguntas y los ejemplos oportunos, los elementos específicos objeto de análisis.

Tabla número 6

Variable	***Tipo***	***Códigos***	***¿Qué mide?***
		VARIABLES DE CARÁCTER INDIVIDUAL	
Grupo	Cualitativa	o, d, s	Tipo de grupo de sujetos y versión que han visto: (o) original (d) doblada (s) subtitulada.
Individuo	Numérica	1, 2, 3, 4, 5...	Enumera los sujetos de cada grupo, del 1 al 10.
Edad codificada	Numérica	1, 2, 3	Agrupa los sujetos en tres grupos de edad: 1 (16–25), 2 (25–40), 3 (40–63).
Edad	Numérica	16, 21, 40, 34, etc.	Edad de cada sujeto.
Sexo	Cualitativa	H, M	Sexo de cada sujeto: H (Hombre), M (Mujer).
Estudios	Cualitativa	1, 2, 3, 4	Nivel de estudios de cada sujeto: 1 (estudios primarios), 2 (estudios de educación secundaria), 3 (estudios universitarios), 4 (estudios profesionales).

Origen	Cualitativa	AU, IR, US, UK, CD, CA, M, GR, BI, B, O, GU, MA, IB	Origen de cada sujeto: AU (Australia), IR (Irlanda), US (Estados Unidos), UK (Reino Unido), CD (Canadá), CA (Cádiz), M (Madrid), GR (Granada), BI (Bilbao), B (Barcelona), O (Oviedo), GU (Guadalajara), MA (Málaga), IB (Ibiza).

Variable	Tipo	Códigos	¿Qué mide?
FASE DE VISIONADO: ELEMENTOS DE HUMOR VERBAL			
H_1	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 1: PROSECUTOR: *Isn't it true you tried to sell Freedonia's secret war code and plans?* CHICOLINI: *Sure. I sold a code and two pair of plans.*
H_2	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 2: FIREFLY: *My friends, this man's case moves me deeply.* *Look at Chicolini!* *He sits there alone, an abject figure.* CHICOLINI: *I abject!*
H_3	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 3: CHICOLINI: *What is it has a trunk, but no key, weighs two thousand pounds and lives in a circus?* PROSECUTOR: *That's irrelevant.* CHICOLINI: *A relephant! Hey, that's the answer. There's a whole lotta relephants in a circus.*
H_4	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 4:]UDGE: *That sort of testimony we can eliminate.* CHICOLINI: *At's-a fine. I'll take some.* JUDGE: *You'll take what?*

			CHICOLINI: *Eliminate. A nice cold glass eliminate.*
H_5	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 5: FIREFLY: *I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth.* CHICOLINI: *I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth.*
H_6	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 6: FIREFLY: *I wanted to get a writ of habeas corpus, but I should have gotten a writ of you instead.*
H_7	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 7: MINISTER OF FINANCE: *Something must be done! War would mean a prohibitive increase in our taxes.* CHICOLINI: *Hey, I got an uncle lives in Taxes.*
H_8	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 8: MINISTER OF FINANCE: *No. I'm talking about taxes-money-dollars.* CHICOLINI: *Dollas! That's where my uncle lives. Dollas, Taxes.*
H_9	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Elemento de humor verbal 9: MRS TEASDALE: *I've talked to Ambassador Trentino and he says Sylvania doesn't want war either.* FIREFLY: *Eether.* MRS TEASDALE: *Doesn't want war eether.* FIREFLY: *Either. Skip it.*
Variable	***Tipo***	***Códigos***	***¿Qué mide?***
FASE DE VISIONADO: JUEGOS DE IDEAS / REFERENCIAS CULTURALES			
C_1	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 1: FIREFLY: *Chicolini, I bet you eight to one we find you guilty.* CHICOLINI: *'At's-a no good. I can get ten to one at the barber shop.*

C2	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza).	Juego de ideas / referencia cultural 2: FIREFLY: *Chicolini, give me a number from one to ten.* CHICOLINI: *Eleven.* FIREFLY: *Right.*
C3	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 3: FIREFLY: *Gentlemen, Chicolini here may talk like an idiot, and look like an idiot, but don't let that fool you. He really is an idiot. I implore you, send him back to his father and brothers who are waiting for him with open arms in the penitentiary.*
C4	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 4: FIREFLY: *I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth.* CHICOLINI: *I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth.*
C5	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 5: *ALL: (Singing) To war, to war, to war we're gonna go! (FIREFLY,BOB, CHICOLINI and PINKY sing in a row, fluttering their hands like a Negro chorus).* *THE FOUR: (Singing) Oh, hi-de, hi-de, hi-de, hi-de, hi-de-ho.* *(Shot of the scene as everyone sings, shaking their fists in emphasis.)* *ALL: (Singing) To war, to war, to war we're gonna go.* *(The four sing again on their knees, fluttering their hands.)*
C6	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 6: *ALL: (Singing) We gonna walk all o'er the battlefield* *'Cause all God's chillun got guns.* *(Pan back to the group, sitting up on the judges' bench, strumming banjos, then cut to a closer shot of them.)* *THE FOUR: (Singing) Oh, Freedonia,* *Oh donya cry for me,* *Cos I'm comin' round the mountain*

			With a banjo on my knee. *(They jump down from the bench and we cut back to the scene as they advance towards camera, playing their banjos.)*
C_7	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 7: *(Cut to include the people around them as they get up and start a country-style dance. Music.* *We look down on the scene as everyone gets up and dances round, shouting to the music. THE FOUR are seen dancing amidst the people, then we cut in to FIREFLY, BOB and CHICOLINI.*
C_8	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 8: *(The people of Freedonia, in a medium shot, start surging down from the gallery.)* *(Singing) A man of brawn who'll carry on* *Till dawn of . . .* *(Cut in on them jumping over the benches.)* *(Singing) . . . victory.* *With him to lead the way . . .* *(Seen in reverse angle they surge towards the council table where everyone has gathered, and turn to face camera.)* *(Singing) Our spirits will not lag,* *Until the judgment day.* *(We look down on the council table. Everyone throws up their hands and sings.) (Singing) We'll rally round the flag, the flag, the flag, the flag!*
C_9	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa) D (extrañeza)	Juego de ideas / referencia cultural 9: *(Dissolve to the Freedonian flag, which is drawn aside revealing FIREFLY, CHICOLINI, PINKY and BOB, posing as statues in eighteenth-century soldier's costumes. PINKY is mounted on a horse. There is a roll of drums.* *Shot of the group as FIREFLY looks off, sabre in hand.)*
C_{10}	Cualitativa	A (ausencia de reacción) B (sonrisa) C (risa)	Juego de ideas / referencia cultural 10: FIREFLY: *The enemy is coming. There'll be*

		D (extrañeza)	*two lamps in the steeple if they're coming by land, and one if they're coming by sea. (He exits.) (He reappears at a casement window and opens it. It is night. One, two, then three lamps appear at the top of a church tower in the distance.) (Turning) They've double-crossed me! They're coming by land and sea. (He starts out.) (Resume on CHICOLINI, PINKY and BOB in the same pose as before. FIREFLY enters and shouts to PINKY, waving his sabre.) Ride through every village and town, Wake every citizen up hill and down. (FIREFLY is seen from a low angle.) Tell 'em the enemy comes from afar,(He dances a jig.) With a hey nonny-nonny and a ha-cha-cha. (Resume on the group as BOB and CHICOLINI exit to the left.) (Waving his sabre) Be off, my lad. (PINKY rides his horse down from the plinth and off in the foreground. Dramatic music begins.)*

Variable	Tipo	Códigos	¿Qué mide?
FASE DE CUESTIONARIO: PREGUNTAS CERRADAS			
P1A	Cualitativa	SÍ, NO.	¿Le gustan los Hermanos Marx?
P17-1	Cualitativa	A (nada gracioso) B (poco gracioso) C (gracioso) D (muy gracioso).	¿Le resultan graciosos los nombres de los personajes? (Rufus T. Firefly)
P17-2	Cualitativa	A (nada gracioso) B (poco gracioso) C (gracioso) D (muy gracioso).	¿Le resultan graciosos los nombres de los personajes? (Chicolini)
P /20	Cualitativa	A (muy mal traducidas) B (traducidas deficientemente) C (ni bien ni mal traducidas) D (muy bien traducidas)	Opinión sobre la calidad de la traducción de las películas o series. (Sólo grupos “d” y “s”).
P21/22	Cualitativa	1 (versión original sin subtítulos) 2 (versión doblada) 3 (versión original con subtítulos)	Modo de versión en que prefiere ver la película o serie.
P22/23	Cualitativa	A (subtitulación)	Modo de traducción audiovisual

		B (doblaje)	(TAV) que transmite mejor el mensaje.
P23/24	Cualitativa	A (subtitulación) B (doblaje)	Modo de TAV que transmite mejor el humor.
P24/25	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Deben traducirse las canciones de las películas y series?
P25/26	Cualitativa	A (subtitulación) B (doblaje)	Modo de TAV más adecuado para traducir las canciones. (Sólo quienes contestaron afirmativamente la pregunta anterior).
P26/27	Cualitativa	A (nada gracioso) B (poco gracioso) C (gracioso) D (muy gracioso)	Calidad del humor verbal del fragmento visionado.
P27/28	Cualitativa	A (nada gracioso) B (poco gracioso) C (gracioso) D (muy gracioso)	Calidad del humor visual del fragmento visionado.
P28/29 (H_1)	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Le resulta gracioso H_1 (ejemplo de humor verbal)?
P29/30 (H_5, C_4)	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Le resulta gracioso H_5, C_4 (ejemplo de humor verbal articulado sobre referencia cultural)?
P30/31 (C_9,C_{10})	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Le resulta gracioso C_9, C_{10} (ejemplo de referencia cultural)?
P31/	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Este tipo de humor es reconocible por cualquier nativo de habla inglesa? (Sólo para los nativos del grupo "o").
P /32	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿El doblaje / la subtitulación transmite bien el humor de la versión original?
P32/33	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	Grupo "o": ¿Se reconocen fácilmente las referencias culturales? Grupos "d" y "s": ¿El doblaje / la subtitulación transmite bien las

			referencias culturales (la cultura) de la versión original?
P / / 34	Cualitativa	A (adecuada) B (lenta) C (rápida) D (muy rápida)	Opinión sobre la velocidad de los subtítulos (Sólo grupo "s").
P33/34/35	Cualitativa	1 (mejor que el doblaje) 2 (peor que el doblaje) 3 (igual que el doblaje)	¿Cómo reflejan los subtítulos el humor y las referencias culturales en relación al doblaje?
P34/35/36	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Ha visto alguna vez la película?
P /39/40	Cualitativa	A (versión original sin subtítulos) B (versión doblada) C (versión original con subtítulos)	Versión en que vio la película (Sólo para quienes contestaron afirmativamente la pregunta anterior).
P40/42/43	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿El fragmento visionado se entiende aislado del resto del filme?
P41/43/44	Cualitativa	1 (Sí) 2 (No)	¿Necesitaría ver el fragmento otra vez para localizar más elementos humorísticos y referencias culturales?

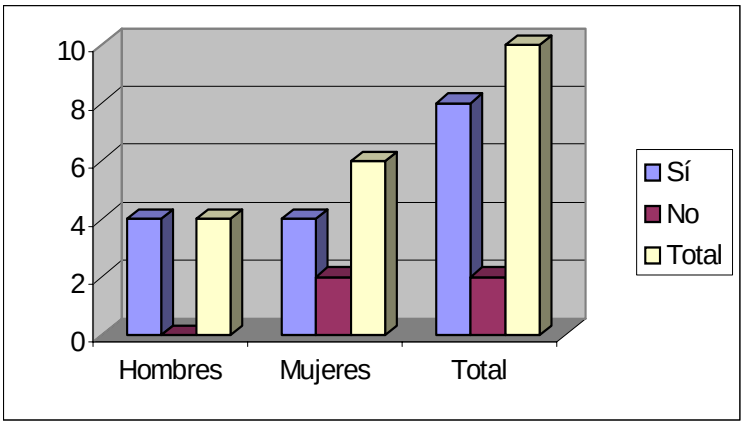
A continuación, y como paso previo al desglose de las reacciones de los sujetos ante los distintos elementos del fragmento durante la fase de visionado, analizamos la pregunta P1A ("¿Le gustan los Hermanos Marx?"), en relación a los parámetros "grupo", "edad codificada" y "nivel de estudios codificado". El análisis de frecuencias y de correspondencia nos mostrará cuál es el índice de apreciación positiva general que los sujetos de los diversos grupos tienen acerca de los Hermanos Marx. Los datos resultantes en este sentido serán muy útiles en el posterior análisis de reacciones ante los diferentes elementos de juegos de palabras e ideas, puesto que, como veremos, la apreciación final del fragmento y cada uno de sus elementos no se ajusta siempre a las opiniones de los sujetos sobre si les gustan o no los Hermanos Marx.

(iii). Apreciación general de los Hermanos Marx:

Tabla descriptiva de frecuencias absolutas entre los parámetros grupo – gusto (si les gustan los Hermanos Marx o no) - sexo**:** (Tabla número 7)

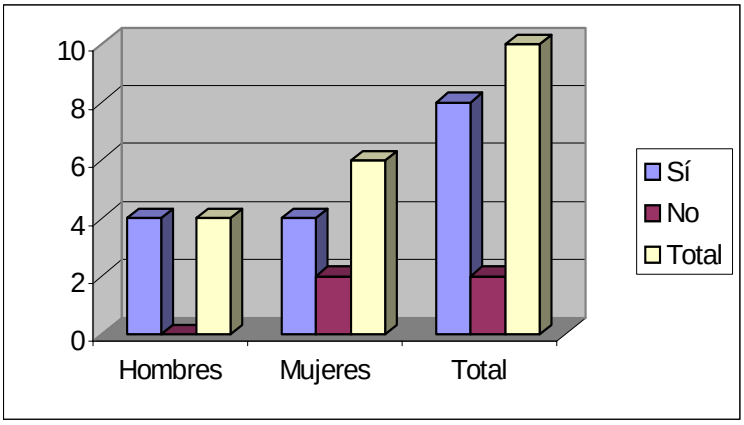
Grupo versión original:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*Hombre*	*Mujer*	*Total*
Sí	**4**	**4**	**8**
No	**0**	**2**	**2**
Total	**4**	**6**	**10**



Grupo versión doblada:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*Hombre*	*Mujer*	*Total*
Sí	**4**	**4**	**8**
No	**0**	**2**	**2**
Total	**4**	**6**	**10**



Grupo versión subtitulada:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*Hombre*	*Mujer*	*Total*
Sí	**6**	**2**	**8**
No	**1**	**1**	**2**
Total	**7**	**3**	**10**

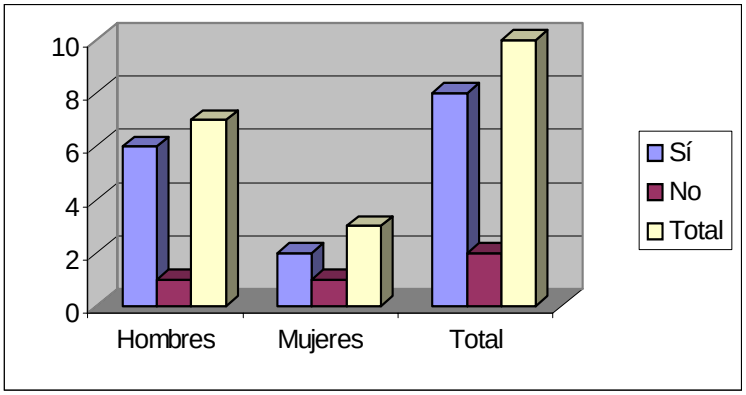
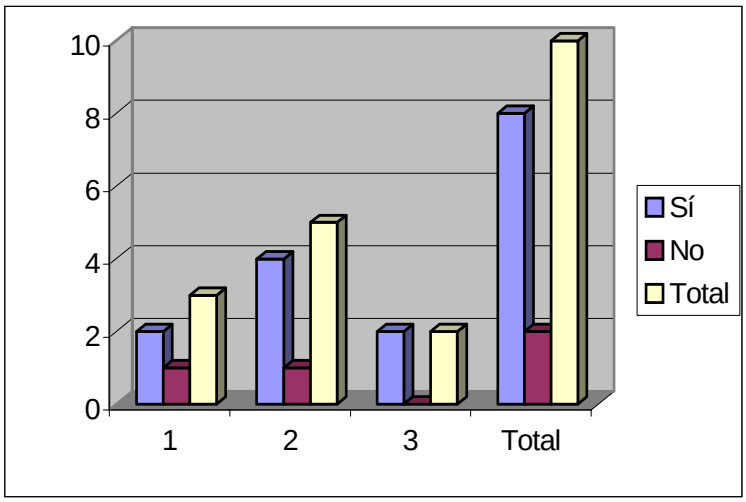


Tabla descriptiva de frecuencias entre los parámetros grupo - gusto – edad (grupo de edad codificada: 1 (16-25), 2 (25-40), 3 (40-63)): (Tabla número 8)

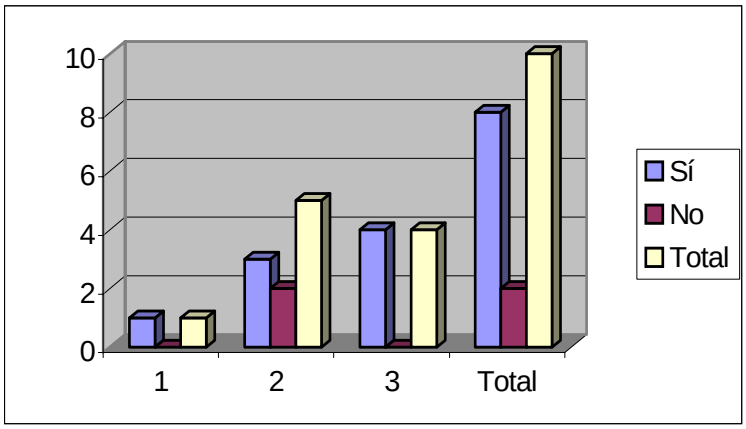
Grupo versión original:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*Total*
Sí	**2**	**4**	**2**	**8**
No	**1**	**1**	**0**	**2**
Total	**3**	**5**	**2**	**10**



Grupo versión doblada:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*Total*
Sí	**1**	**3**	**4**	**8**
No	**0**	**2**	**0**	**2**
Total	**1**	**5**	**4**	**10**



Grupo versión subtitulada:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*Total*
Sí	**0**	**6**	**2**	**8**
No	**0**	**1**	**1**	**2**
Total	**0**	**7**	**3**	**10**

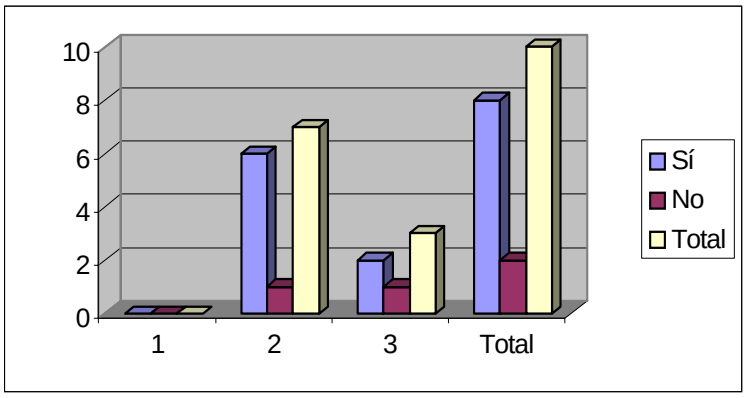
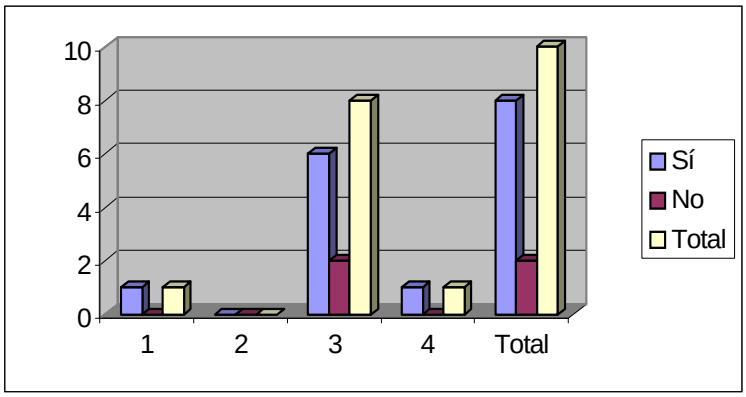


Tabla descriptiva de relación entre los parámetros grupo - gusto – estudios (nivel de estudios codificado: 1 (estudios primarios), 2 (estudios de educación secundaria), 3 (estudios universitarios), 4 (estudios profesionales)): (Tabla número 9)

Grupo versión original:

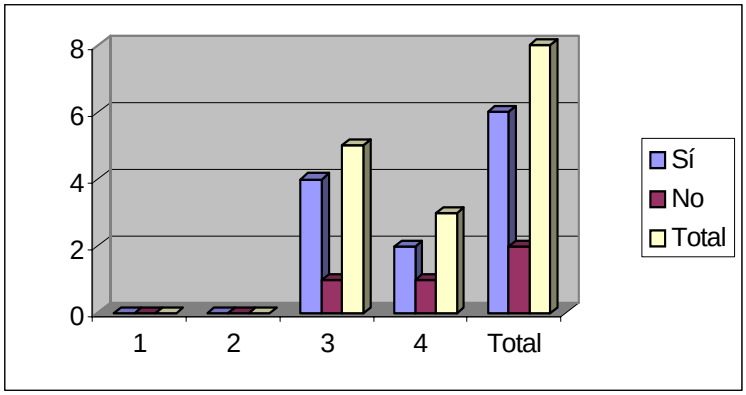
¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*4*	*Total*

Sí	1	0	6	1	8
No	0	0	2	0	2
Total	1	0	8	1	10



Grupo versión doblada:

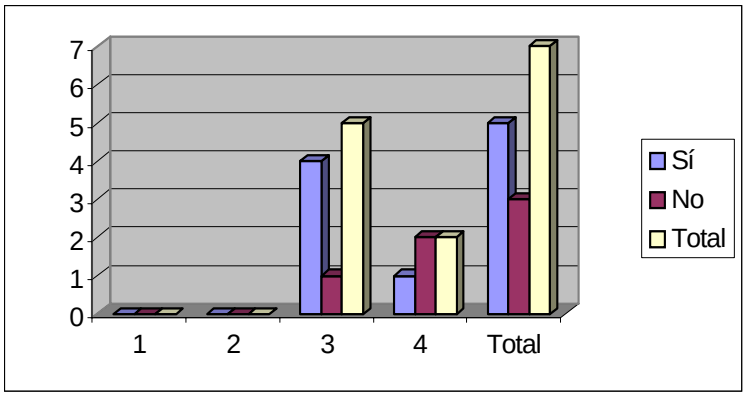
¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*4*	*Total*
Sí	0	0	4	2	6
No	0	0	1	1	2
Total	0	0	5	3	8



Grupo versión subtitulada:

¿Les gustan los Hermanos Marx?	*1*	*2*	*3*	*4*	*Total*
Sí	0	0	4	1	5
No	0	0	1	1	2

Total	0	0	5	2	7



En conclusión, atendiendo a la correspondencia entre el parámetro "gusto" (si al sujeto le gustan los Hermanos Marx o no) y los de sexo, edad y nivel de estudios codificados, la gran mayoría de los sujetos manifiestan que, efectivamente, les gustan los Hermanos Marx, independientemente del grupo de análisis en que se enmarquen.

(iv). Aplicación del test Chi-cuadrado y del análisis de correspondencias:

A)Fase de visionado del fragmento.

A continuación incluimos la representación gráfica de los resultados obtenidos en la observación de las reacciones de los sujetos durante la visualización del fragmento objeto de estudio. Primero se analizan las reacciones de los sujetos ante los elementos de humor verbal (H_n) y después las correspondientes a los juegos de ideas o elementos de referencia o contenido cultural (C_n). Para facilitar la lectura, recordamos al comienzo de cada apartado a qué se refiere cada uno de los elementos. A continuación, en la exposición estadística, detallamos la tabla de frecuencias obtenidas en cada análisis de relación entre la variable "grupo" y el elemento de humor verbal o de juego de ideas en cuestión, y la respectiva representación gráfica del grado de dependencia en dicha relación (recordemos, expresada en términos de proximidad). En ocasiones la relación de dependencia es tan estrecha o coincidente que en la representación gráfica los parámetros se superponen. Esto sucede, por ejemplo, en la relación entre los grupos y el elemento

verbal H_2, o la de los grupos y el elemento de referencia cultural C_6, donde en ambos casos coinciden en gran medida las reacciones manifestadas por los sujetos de los grupos "d" y "s".

1.- Relación entre el grupo y los elementos de humor verbal (H_n):

RELACIÓN GRUPO – H_1:

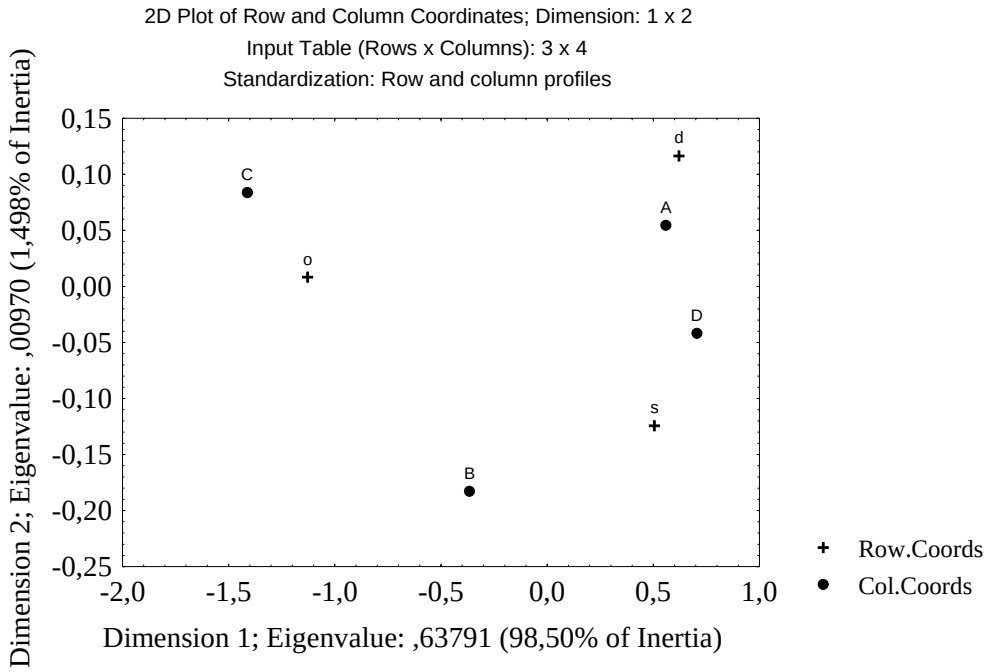
Elemento de humor verbal 1:
PROSECUTOR: *Isn't it true you tried to sell Freedonia's secret war code and plans?*

CHICOLINI: *Sure. I sold a code and two pair of plans.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 10)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H1(4)

	C	A	B	D	Total
O	6	1	3	0	10
D	0	7	1	2	10
S	0	6	2	2	10
Total	6	14	6	4	30

Los sujetos del grupo "o" han manifestado mayoritariamente reacciones humorísticas ante este elemento de humor verbal: 6 de ellos se han reído y 3 han sonreído. Frente a esto, los sujetos de los grupos "d" y "s" no han manifestado reacción alguna: 7 sujetos de grupo "d" y 6 en el "s" reflejaron una ausencia de reacción (frente a sólo 1 del grupo "o"), y 2 sujetos de cada uno de estos dos grupos manifestaron reacciones de extrañeza ante el elemento de humor verbal (reacción D). La recepción del humor verbal en los sujetos del grupo "o" han sido, pues, notablemente más efectiva que en los otros dos grupos, donde no se ha recreado suficientemente la carga humorística del original, produciendo reacciones opuestas a las intenciones originales y perdiéndose la función humorística.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 4
Inercia total=,64762 Chi²=19,429 df=6 p=,00350

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicado*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,798696**	**,637915**	**98,50155**	**98,5016**	**19,13744**
2	**,098510**	**,009704**	**1,49845**	**100,0000**	**,29113**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00350) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

RELACIÓN GRUPO – H_2:

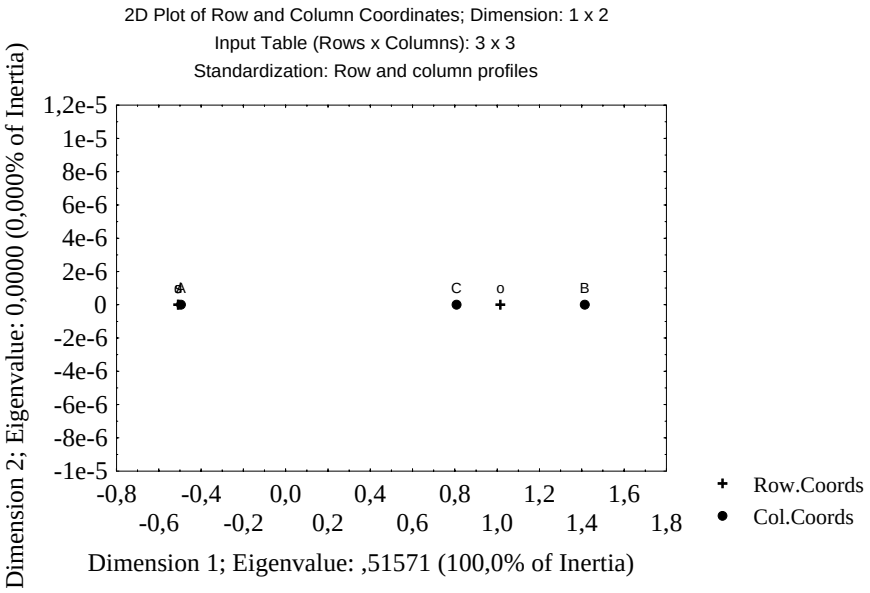
Elemento de humor verbal 2:
FIREFLY: *My friends, this man's case moves me deeply.*
Look at Chicolini!
He sits there alone, an abject figure.
CHICOLINI: *I abject!*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 11)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H2(3)

	C	*A*	*B*	*Total*

O	**5**	**2**	**3**	**10**
D	**1**	**9**	**0**	**10**
S	**1**	**9**	**0**	**10**
Total	**7**	**20**	**3**	**30**

Ningún sujeto ha reflejado una reacción de extrañase ante este elemento de humor verbal (reacción D). Sin embargo, los sujetos del grupo "o" reflejan una mayoría de reacciones humorísticas (C y B), mientras que los españoles de los grupos "d" y "s" coinciden por completo en sus reacciones, o mejor dicho, en su ausencia de reacción ante el elemento de humor verbal (9 sujetos de cada grupo, esto es, el 90 %, manifiestan una ausencia de reacción, y tan sólo una persona de cada grupo se ríe).



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,51571 Chi²=15,471 df=4 p=,00382

	Valores propios	*Valores singulares*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulado*	*Chi cuadrado*
1	**,515714**	**,718132**	**100,0000**	**100,0000**	**15,47143**
2	**,000000**	**,000000**	**,0000**	**100,0000**	**,00000**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00382) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

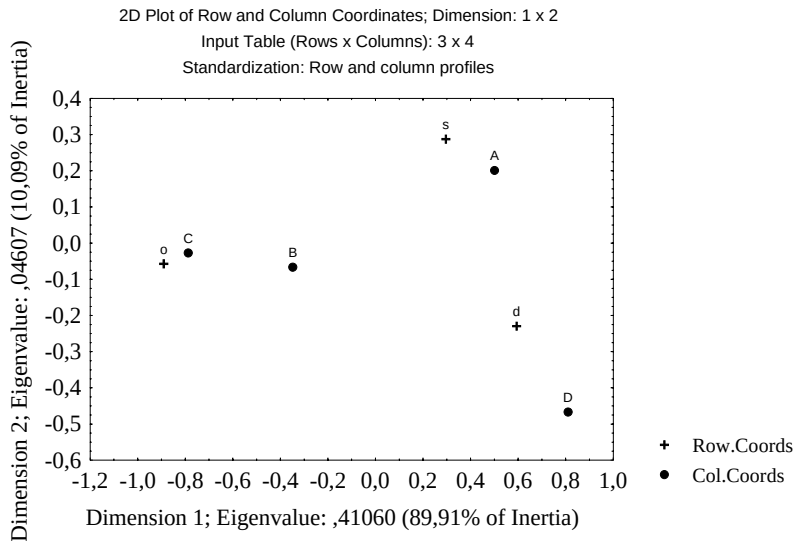
RELACIÓN GRUPO – H_3:

Elemento de humor verbal 3:
CHICOLINI: *What is it has a trunk, but no key, weighs two thousand pounds and lives in a circus?*
PROSECUTOR: *That's irrelevant.*
CHICOLINI: *A relephant! Hey, that's the answer. There's a whole lotta relephants in a circus.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 12)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H3(4)

	C	A	B	D	Total
O	7	1	2	0	10
D	1	5	1	3	10
S	2	6	1	1	10
Total	10	12	4	4	30

La gran mayoría de los sujetos del grupo de la versión original se ríen (70 %) y algunos sonríen (dos personas, el 20 %). Tan sólo una persona no refleja reacción alguna. En cualquier caso no se registra en este grupo ninguna reacción de extrañeza, lo que sí sucede, y de forma representativa, en el grupo "d" (3 personas, un 30 %) y en el grupo "s" (1 persona). La mayoría de los sujetos de estos dos grupos refleja ausencia de reacciones (5 y 6 personas, respectivamente), y una proporción mínima refleja reacciones humorísticas ante el elemento verbal (2 en total en el grupo de la versión doblada, 3 en el de la versión subtitulada).



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 4
Inercia total=,45667 Chi²=13,700 df=6 p=,03320

	Valores singulares	Valores propios	Porcentaje de inercia explicada	Porcentaje de inercia acumulado	Chi cuadrado
1	**,640777**	**,410595**	**89,91139**	**89,9114**	**12,31786**
2	**,214642**	**,046071**	**10,08861**	**100,0000**	**1,38214**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,03320) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son independientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

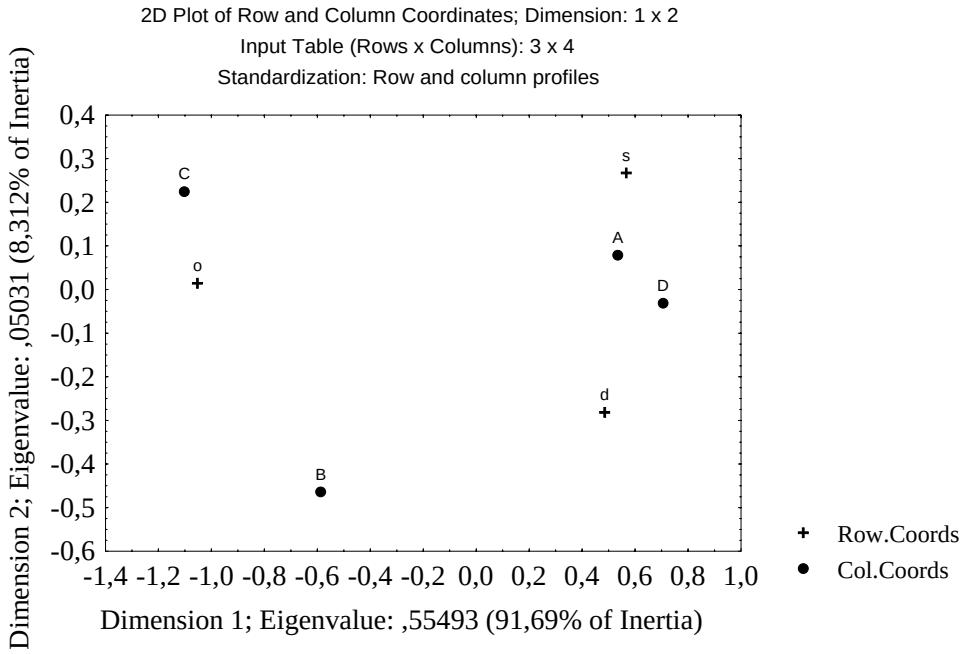
RELACIÓN GRUPO – H_4:

Elemento de humor verbal 4:
]UDGE: *That sort of testimony we can eliminate.*
CHICOLINI: *At's-a fine. I'll take some.*
JUDGE: *You'll take what?*
CHICOLINI: *Eliminate. A nice cold glass eliminate.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 13)
Variables de fila: GRUPO(3); Variables de columna H4(4)

	C	A	B	D	Total
O	**6**	**1**	**3**	**0**	**10**
D	**0**	**5**	**2**	**3**	**10**
S	**1**	**6**	**0**	**3**	**10**
Total	**7**	**12**	**5**	**6**	**30**

Las reacciones de los sujetos españoles difieren significativamente de las de los nativos de habla inglesa. Estos últimos reflejan mayoritariamente reacciones humorísticas (6 se ríen y 3 sonríen, tan sólo un sujeto no manifiesta reacción alguna, y ninguno manifiesta extrañeza), mientras que los sujetos españoles registran una general ausencia de reacción (5 en el grupo “d”, 6 en el grupo “s”). Tres españoles de cada grupo manifiestan extrañeza ante el elemento de humor verbal traducido.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 4; Inercia total=,60524 Chi²=18,157 df=6 p=,00586

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,744937**	**,554932**	**91,68815**	**91,6881**	**16,64795**
2	**,224291**	**,050307**	**8,31185**	**100,0000**	**1,50920**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00586) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

RELACIÓN GRUPO – H_5:

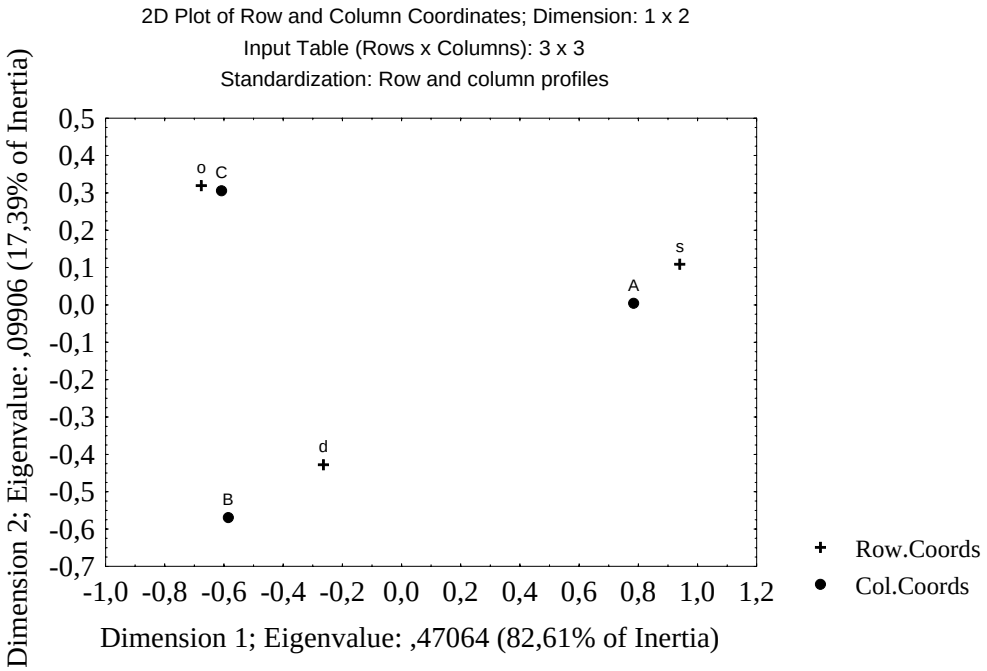
Elemento de humor verbal 5:
FIREFLY: *I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth.*
CHICOLINI: *I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 14)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H5(3)

	C	*A*	*B*	*Total*
O	**7**	**1**	**2**	**10**
D	**3**	**3**	**4**	**10**

S	**1**	**9**	**0**	**10**
Total	**11**	**13**	**6**	**30**

No se registran reacciones de extrañeza ante este elemento de humor verbal en ningún grupo. Sin embargo, las reacciones de los distintos grupos difieren nuevamente. Mientras que los nativos de lengua inglesa se ríen mayoritariamente (7 personas) o sonríen (2 personas) ante este elemento de humor verbal, los grupos de sujetos españoles registran reacciones dispares entre sí: una proporción significativa de sujetos del grupo de la versión doblada (7 personas en total) reflejan algún tipo de reacción humorística, y sólo 3 de ellos no reflejan reacción alguna ante el elemento de humor verbal. Frente a esto, la casi totalidad de los sujetos del grupo de la versión (9) no manifiestan reacción alguna ante el elemento de humor verbal traducido, lo que refleja sin duda la deficiente recepción causada por una traducción ineficaz.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,56970 Chi²=17,091 df=4 p=,00186

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,686032**	**,470640**	**82,61240**	**82,6124**	**14,11921**
2	**,314733**	**,099057**	**17,38760**	**100,0000**	**2,97170**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00186) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la

opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

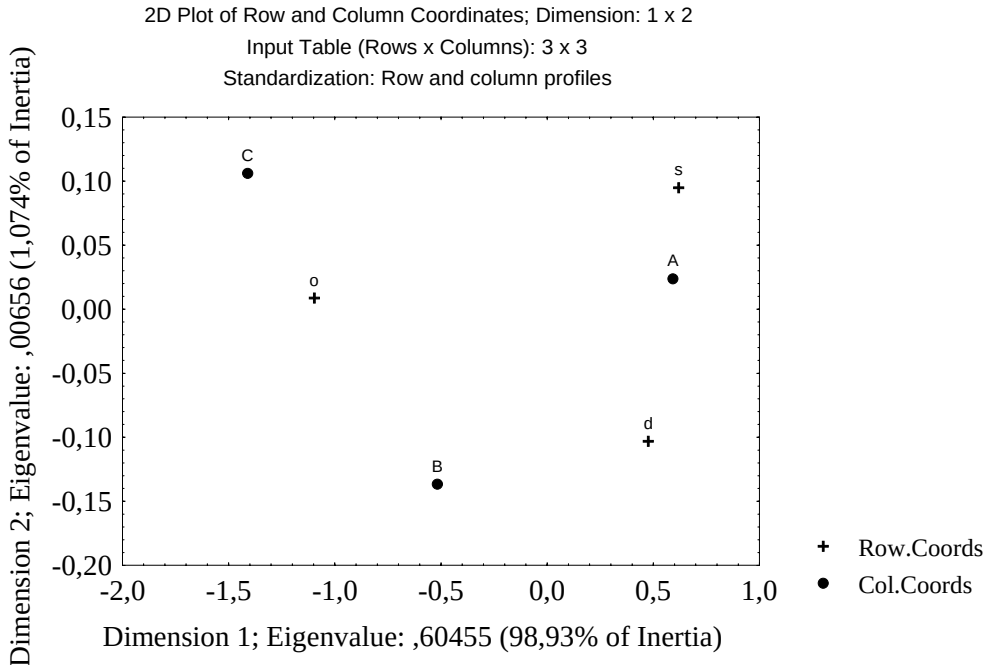
RELACIÓN GRUPO – H_6:

Elemento de humor verbal 6:
FIREFLY: *I wanted to get a writ of habeas corpus, but I should have gotten a writ of you instead.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 15)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H6(3)

	C	A	B	Total
O	5	1	4	10
D	0	8	2	10
S	0	9	1	10
Total	5	18	7	30

Tampoco en este caso se registran reacciones de extrañeza, si bien nuevamente los sujetos de la versión original se ríen o sonríen casi unánimemente (hasta 9, 5 se ríen y 4 sonríen). Por su parte, la mayoría de los sujetos españoles no refleja reacción alguna ante la traducción del elemento de humor verbal en cada modo de traducción (8 personas en el grupo "d", hasta 9 en el grupo "s").



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,61111 Chi²=18,333 df=4 p=,00106

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,777526**	**,604547**	**98,92589**	**98,9259**	**18,13641**
2	**,081019**	**,0065564**	**1,07411**	**100,0000**	**,19692**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00106) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

RELACIÓN GRUPO – H_7:

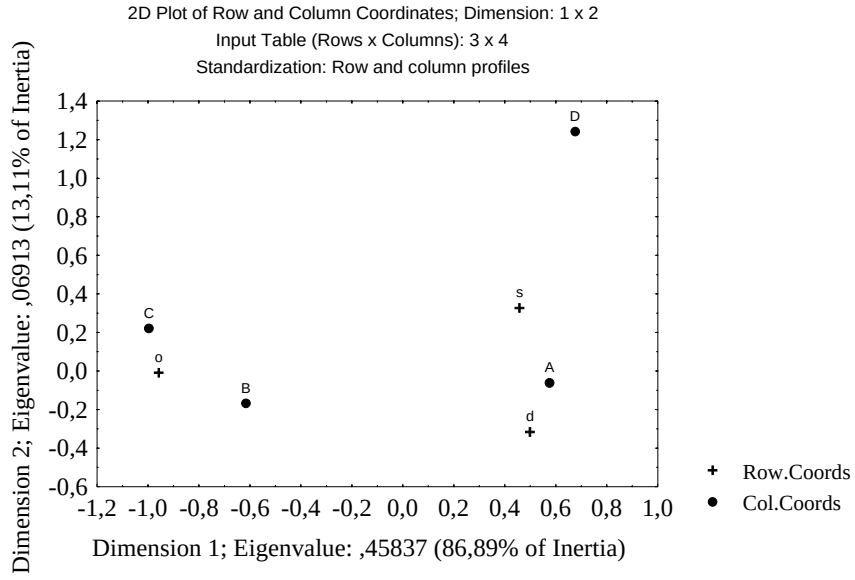
Elemento de humor verbal 7:
MINISTER OF FINANCE: *Something must be done! War would mean a prohibitive increase in our taxes.*
CHICOLINI: *Hey, I got an uncle lives in Taxes.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 16)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H7(4)

	C	*A*	*B*	*D*	*Total*
O	**4**	**1**	**5**	**0**	**10**
D	**0**	**8**	**2**	**0**	**10**
S	**1**	**7**	**1**	**1**	**10**
Total	**5**	**16**	**8**	**1**	**30**

La reacción mayoritaria (reacción A, ausencia de reacción) registrada en el grupo “s” y en el grupo “d” contrasta con las registradas en el grupo de la versión original, donde la casi totalidad (el 90 % de los sujetos) manifestaron reacciones humorísticas ante el elemento de humor verbal (5 personas sonrieron y otras 4 se rieron). En el grupo de la versión doblada se registra una tímida respuesta humorística, aunque mínima (2 personas sonrieron), que es incluso menor en el grupo de la versión

subtitulada (sólo 1 persona), donde una persona mostró extrañeza ante el elemento de humor verbal traducido.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 4
Inercia total=,52750 Chi²=15,825 df=6 p=,01474

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,677030**	**,458369**	**86,89460**	**86,8946**	**13,75107**
2	**,262928**	**,069131**	**13,10540**	**100,0000**	**2,07393**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,01474) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son independientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

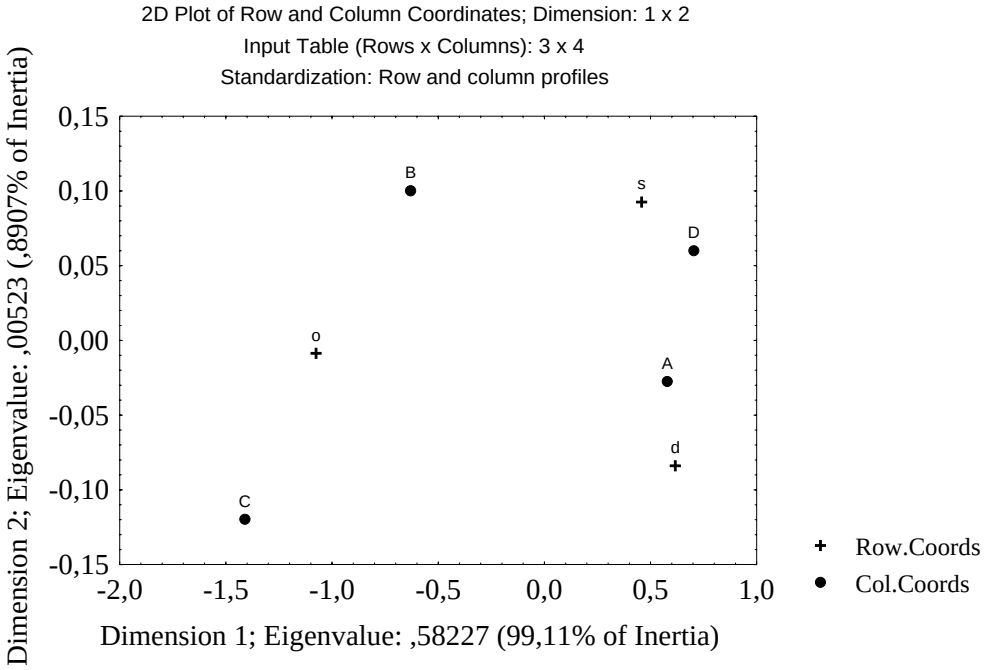
RELACIÓN GRUPO – H_8:
Elemento de humor verbal 8:
MINISTER OF FINANCE: *No. I'm talking about taxes-money-dollars.*
CHICOLINI: *Dollas! That's where my uncle lives. Dollas, Taxes.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 17)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H8(4)

	C	*A*	*B*	*D*	*Total*
O	**4**	**1**	**5**	**0**	**10**
D	**0**	**8**	**1**	**1**	**10**
S	**0**	**7**	**2**	**1**	**10**

Total	**4**	**16**	**8**	**2**	**30**

Las reacciones ante este juego de palabras son muy similares al anterior, debido en parte a la proximidad de ambos juegos de palabras, hasta el punto que las reacciones de los sujetos del grupo "o" se mantienen iguales y en las de los españoles tan sólo difiere en un sujeto del grupo de la versión doblada respecto al juego de palabras anterior, produciéndose una reacción de extrañeza ante el juego de palabras traducido. Las reacciones de los sujetos del grupo "s" se mantienen igual.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 4
Inercia total=,58750 Chi²=17,625 df=6 p=,00725

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,763064**	**,582267**	**99,10931**	**99,1093**	**17,46802**
2	**,763064**	**,005233**	**,89069**	**100,0000**	**,15698**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00725) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son independientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

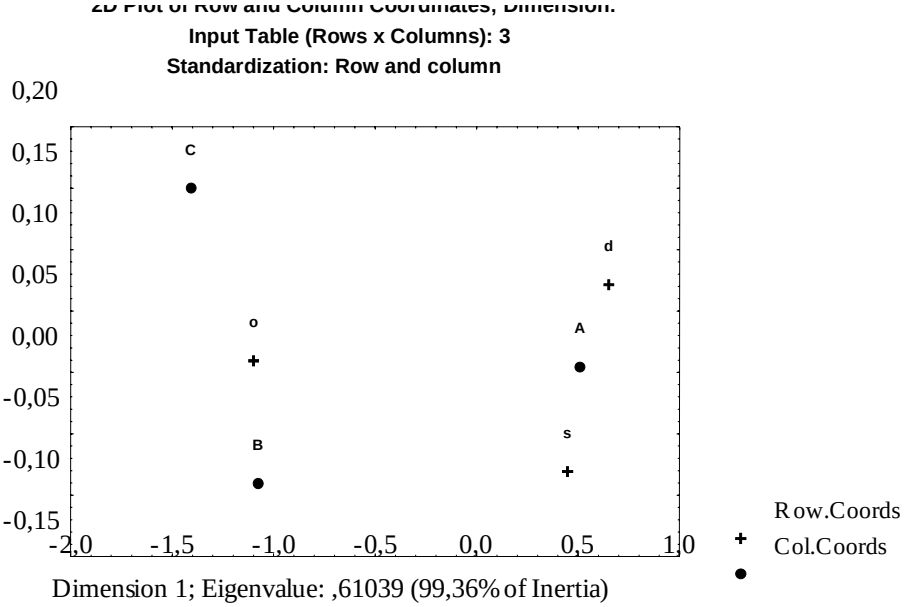
RELACIÓN GRUPO – H_9:

Elemento de humor verbal 9:
MRS TEASDALE: *I've talked to Ambassador Trentino and he says Sylvania doesn't want war either.*
FIREFLY: *Eether.*
MRS TEASDALE: *Doesn't want war eether.*
FIREFLY: *Either. Skip it.*
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 18)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna H9(3)

	C	A	B	Total
O	3	2	5	10
D	0	10	0	10
S	0	9	1	10
Total	3	21	6	30

Los resultados observados en este caso no dejan lugar a dudas: mientras casi todos los nativos de lengua inglesa (8) manifestaron reacciones humorísticas (5 personas sonrieron y otras 3 se rieron ante el juego de palabras), ninguno de los sujetos del grupo de la versión doblada (10) reflejó reacción alguna, evidenciando la no recreación del juego de palabras original en la versión doblada y, con ello, la pérdida de cualquier efecto humorístico. Algo similar sucede en el caso del grupo de la versión subtitulada, donde el 90 % de los sujetos participantes reflejó una ausencia de reacción.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,61429 Chi²=18,429 df=4 p=,00102

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,781271**	**,610385**	**99,36500**	**99,3650**	**18,31155**
2	**,062456**	**,003901**	**,63500**	**100,0000**	**,11702**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00102) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el elemento de humor verbal son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

1.1. Conclusiones parciales

A la luz de los resultados analizados, podemos afirmar que, en líneas generales, las reacciones de los sujetos que integran los diversos grupos responden a las tendencias previstas de acuerdo con nuestras hipótesis, en cuanto a la recepción de los elementos de humor verbal que integran las distintas versiones del corpus.

La representación gráfica de las diferentes reacciones de los sujetos es bastante explícita. A grandes rasgos, pues, podemos señalar como características más representativas de las reacciones ante los elementos de humor verbal la uniformidad generalizada de las reacciones por grupos, la tendencia mayoritaria de frecuencia de reacción humorística (reacciones C y B, correspondientes a las reacciones de "risa" y "sonrisa", respectivamente) en los sujetos nativos de lengua inglesa que integran el grupo de la versión original (grupo "o"), y una tendencia, también mayoritaria aunque más perfilada según el grupo en cuestión, hacia las reacciones A y D (ausencia de reacción y extrañeza, respectivamente), en los sujetos españoles que integran los grupos de las versiones doblada y subtitulada (grupos "d" y "s", respectivamente).

Estas tendencias son sin duda enormemente esclarecedoras acerca de las reacciones de los sujetos ante la traducción al español de los elementos de humor verbal localizados en el fragmento objeto de estudio y, por ende, de la recepción que de dicha traducción tienen los sujetos. Así, numerosos juegos de palabras o elementos de humor verbal que en el proceso de recepción en los sujetos nativos de lengua inglesa suscitan una reacción humorística acorde a la prevista en la intencionalidad original (reacciones C y B), apenas se quedan en una ausencia de reacción o, peor aún, desembocan en una reacción de extrañeza ante el parlamento correspondiente al elemento de humor verbal. Dichos elementos no parecen haberse recreado

mínimamente en las versiones traducidas al español, no consiguiendo evocar o provocar una reacción similar a la de los nativos de la lengua de la versión original en los sujetos españoles.

No obstante, existen ciertas matizaciones respecto a las diferencias apreciadas en las reacciones de los sujetos del grupo que ha visionado la versión doblada y los del grupo de la versión subtitulada. Así, frente al elemento H_5-C_4, los sujetos del grupo de la versión doblada registran algunas reacciones de sonrisa (B), mientras que los del grupo de la versión subtitulada reflejan mayoritariamente una ausencia de reacción (A), consecuencia de que ni los elementos de humor verbal ni las referencias culturales contenidas en este punto han sido mínimamente recreadas en dicha versión. En cualquier caso, los sujetos que integran el grupo de la versión subtitulada son los que registran un mayor número de reacciones de extrañeza (D) frente a la recepción del humor traducido para la versión subtitulada (H_1, H_4, H_7, H_8), lo que sería indicativo del nivel de calidad de la traducción de pasajes clave del fragmento visionado. Esto origina una pérdida de recepción y una transferencia funcional negativa.

En algún caso (H_2), la recepción de los sujetos españoles (grupos "d" y "s") coincide por completo, manifestando idénticas reacciones (A), y evidenciando la ausencia de recreación del juego de palabras contenido en la versión original del fragmento.

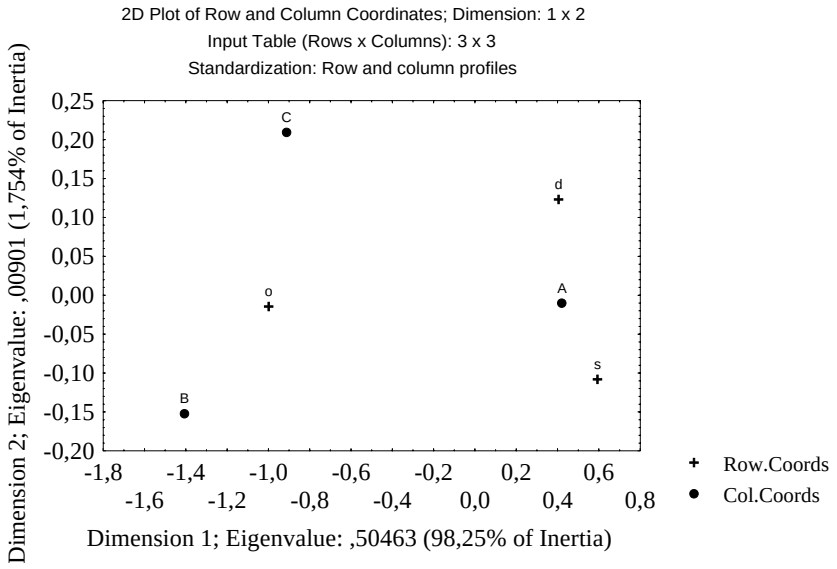
2.- Relación entre el grupo y los juegos de ideas / elementos de referencia cultural (C_n):

RELACIÓN GRUPO – C_1:
Juego de ideas / referencia cultural 1:
FIREFLY: *Chicolini, I bet you eight to one we find you guilty*.
CHICOLINI:*'At's-a no good. I can get ten to one at the barber shop*.
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 19)
Variables de fila: GRUPO(3)
Variables de columna C1(3)

	C	A	B	D	Total
O	3	3	4	0	10
D	1	9	0	0	10
S	0	10	0	0	10
Total	4	22	4	0	30

Una proporción importante de los sujetos del grupo de la versión original (el 70 %) manifestó reacciones humorísticas ante el referente cultural (4 sujetos sonrieron y otros 3 se rieron). Frente a esto, las reacciones registradas por los sujetos españoles ante la alusión difieren de forma notable. Así, todos los sujetos sin excepción del grupo "s" registran una ausencia de reacción ante el referente cultural traducido, reacción también registrada por el 90 % de los españoles del grupo "d", grupo en el que sólo se una persona manifestó una reacción humorística.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,51364 Chi²=15,409 df=4 p=,00393

	Valores singulares	*Valores propios*	*Porcentaje de inercia explicada*	*Porcentaje de inercia acumulada*	*Chi cuadrado*
1	**,710372**	**,504629**	**98,24632**	**98,2463**	**15,13887**
2	**,094908**	**,009008**	**1,75368**	**100,0000**	**,27023**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,00393) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el juego de ideas / referente cultural son dependientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en distancias entre los diferentes elementos.

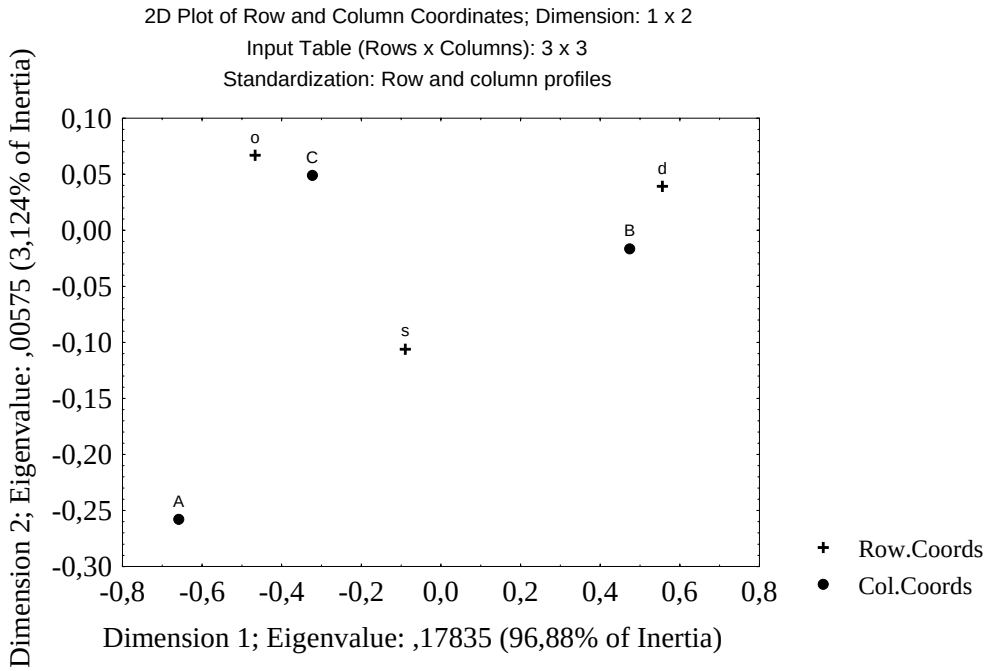
RELACIÓN GRUPO – C_2:
Juego de ideas / referencia cultural 2:
FIREFLY: *Chicolini, give me a number from one to ten*.
CHICOLINI: *Eleven*.
FIREFLY: *Right*.
(Reacciones analizadas: A = ausencia de reacción, B = sonrisa, C = risa, D = extrañeza)

Tabla de frecuencias observadas. (Tabla número 20)
Variables de fila: GRUPO(3)

Variables de columna C2(3)

	C	A	B	Total
O	7	1	2	10
D	3	0	7	10
S	5	1	4	10
Total	15	2	13	30

La naturaleza del juego de ideas ha permitido la transferencia del efecto humorístico incluso a través de traducciones más o menos literales, permitiendo registrar reacciones humorísticas mayoritarias y bastante homogéneas en todos los grupos. Así, el 80 % de los nativos de habla inglesa se ríen (7 personas) o sonríen (2 personas), proporción que se da de forma parecida, aunque a la inversa, en el grupo de la versión doblada (donde 7 personas sonríen 3 se ríen). También al mayoría de los españoles del grupo "s" reflejan reacciones humorísticas ante el juego de ideas traducido (5 personas se ríen y 4 sonríen). Tan sólo una persona en el grupo de la versión original y otra en el de la versión subtitulada no reflejan reacción alguna.



Valores propios e inercia para todas las dimensiones
Tipo de tabla (filas y columnas): 3 x 3
Inercia total=,18410 Chi²=5,5231 df=4 p=,23773

	Valores singulares	Valores propios	Porcentaje de inercia explicada	Porcentaje de inercia acumulada	Chi cuadrado

1	**,422317**	**,178352**	**96,87638**	**96,8764**	**5,350557**
2	**,075833**	**,005751**	**3,12362**	**100,0000**	**,172520**

De la aplicación del test Chi-cuadrado y del nivel de significación resultante (p=,23773) se deduce que las poblaciones determinadas por los grupos de individuos y las poblaciones determinadas por la opinión ante el juego de ideas / referente cultural son independientes, es decir, existe una relación entre ambas poblaciones. La figura siguiente muestra una representación bidimensional de dichos factores capaz de explicar el 100% de la información existente. Las relaciones se traducen en dis5.3.m( ).12362 ciones se traduce

Sopa de ganso **(versión subtitulada del fragmento)**

[Titular de periódico. Mayúsculas sin acentuar.]
[1332] CHICOLINI DETENIDO

[1333] SERA JUZGADO
[1334] POR TRAICION

[1335] Su Excelencia
[1336] Rufus T. Firefly.

[1337] Viva, viva Freedonia,

[1338] tierra de hombres
[1339] *valientes y libres.*

[1340] Teniente, ¿por qué no
[1341] pusieron el original

[1342] de la acusación
[1343] en mi maletín?

[1344] No creí que fuera
[1345] importante, Excelencia.

[1346] ¿No creyó que
[1347] fuera importante?

[1348] ¿Sabe que mi postre estaba
[1349] envuelto con él?

[1350] Devuelva esta botella y que
[1351] le den dos centavos.

[1352] Hola, jefe.

[1353] Chicolini, ocho a uno a
[1354] que le encontramos culpable.

[1355] No es bueno. Puedo conseguir
[1356] diez a uno en la barbería.

[1357] Chicolini, se le acusa
[1358] de alta traición.

[1359] Si se le encuentra culpable,
[1360] será fusilado.

[1361] -Protesto.
[1362] -¿Protesta?

[1363] ¿En base a qué?

[1364] No se me ha ocurrido
[1365] otra cosa que decir.

[1366] Se admite la protesta.

[1367] Excelencia, ¿admite
[1368] la protesta?

[1369] Claro, tampoco se me ocurre
[1370] otra cosa que decir.

[1371] ¿Por qué no protesta usted?

[1372] Chicolini, ¿cuándo nació?

[1373] No me acuerdo.
[1374] Sólo era un bebé.

[1375] ¿No es cierto que intentó
[1376] vender códigos y

[1377] planes secretos
[1378] de guerra?

[1379] Sí, vendí un “abrigo” y
[1380] unos “pantalones”.

[1381] Vaya chiste, ¿eh, jefe?

[1382] Ahora apuesto 20 a 1 a que
[1383] le encontramos culpable.

[1384] Chicolini, ¿alguien se
[1385] ocupa de su defensa?

[1386] Es inútil.

[1387] Ofrecí hasta 18 dólares

[1388] pero no hay nadie que
[1389] quiera defenderme.

[1390] Amigos míos, el caso
[1391] de este hombre

[1392] me conmueve profundamente.

[1393] Miren a Chicolini.

[1394] Sentado ahí, sólo;
[1395] una figura abyecta.

[1396] Protesto.

[1397] Digo, miren a Chicolini.

[1398] Sentado ahí, solo;
[1399] un objeto lamentable.

[1400] A ver cómo sale
[1401] de esta.

[1402] Rodeado por un mar
[1403] de caras hostiles.

[1404] Chicolini, un número
[1405] del uno al diez.

[1406] -El once.
[1407] -Bien.

[1408] Ahora le preguntaré yo.

[1409] ¿Qué tiene trompa,
[1410] pero no tiene llave,

[1411] pesa dos mil libras
[1412] y vive en el circo?

[1413] -Eso es irrelevante.
[1414] -Un "elefante".

[1415] Esa es la respuesta.

[1416] Hay muchos elefantes
[1417] en un circo.

[1418] Ese testimonio
[1419] puede ser eliminado.

[1420] Eso está bien.
[1421] Tomaré un pco.

[1422] ¿Qué tomará?

[1423] "Limonada". Un buen vaso
[1424] de "limonada".

[1425] Eh, jefe, voy bien, ¿eh?

[1426] Sres., quizá Chicolini
[1427] hable como un idiota,

[1428] y parezca un idiota,

[1429] pero no se dejen engañar.
[1430] Es un idiota.

[1431] Les suplico que lo envíen
[1432] con su padre y sus hermanos.

[1433] Le esperan con los brazos
[1434] abiertos en la cárcel.

[1435] Sugiero que le encerremos
[1436] diez años en Leavenworth

[1437] u once años en
[1438] Twelveworth.

[1439] Le diré lo que haré
[1440] cinco y diez en Woolworth.

[1441] Quería conseguir un
[1442] auto de “habeas corpus”,

[1443] pero debería haberme
[1444] deshecho de Ud.

[1445] -Protesto.
[1446] -Incluso yo protesto.

[1447] Yo también.

[1448] Ud. está siendo juzgado.
[1449] No puede protestar.

[1450] Excelencia.

[1451] El general Cooper dice que
[1452] las tropas de Sylvania

[1453] están a punto de pisar
[1454] tierra de Freedonia.

[1455] -Eso significa la guerra.
[1456] -Hay que hacer algo.

[1457] La guerra significaría
[1458] un aumento en las tasas.

[1459] Tengo un tío que
[1460] vive en “Texas”.

[1461] No, me refiero a tasas,
[1462] dinero, dólares.

[1463] “Dallas”, ahí es donde vive mi tío.
[1464] “Dallas, Texas”.

[1465] Más malas noticias.

[1466] -¿No se lo había dicho?
[1467] -Excelencia.

[1468] ¿Qué le preocupa, nena?

[1469] En nombre de las mujeres
[1470] de Freedonia,

[1471] he hecho un último esfuerzo
[1472] para evitar la guerra.

[1473] Bromea.

[1474] He hablado con
[1475] el Embajador Trentino

[1476] y dice que Sylvania
[1477] tampoco desea la guerra.

[1478] -Tampoco.
[1479] -Tampoco desea la guerra.

[1480] Tampoco.

[1481] Olvídelo.

[1482] Me tomé la libertad de
[1483] pedirle al embajador que

[1484] venga aquí, porque
[1485] ambos creemos que

[1486] una reunión amistosa lo
[1487] resolvería pacíficamente.

[1488] Llegará en cualquier momento.

[1489] Sra. Teasdale, su gesto
[1490] es muy noble.

[1491] No sería digno de la
[1492] confianza depositada en mí

[1493] si no hiciera todo lo
[1494] posible para que

[1495] nuestra querida Freedonia
[1496] esté en paz con el mundo.

[1497] Será un placer reunirme
[1498] con el Embajador Trentino

[1499] y ofrecerle, en nombre
[1500] de mi país,

[1501] la mano del espíritu
[1502] de la amistad.

[1503] Y estoy seguro de que él
[1504] aceptará de cualquier forma.

[1505] Pero, ¿y si no lo hace?
[1506] Vaya cosa.

[1507] Yo le ofreco la mano
[1508] y él no la acepta.

[1509] Eso sería negativo
[1510] para mi prestigio, ¿verdad?

[1511] Yo, el jefe de un país,
[1512] rechazado por un embajador.

[1513] ¿Quién se cree que es,
[1514] venir aquí

[1515] para ridiculizarme
[1516] delante de mi pueblo?

[1517] Imagínelo.

[1518] Yo le ofrezco la mano,
[1519] y él se niega a aceptarla.

[1520] Es un cerdo,
[1521] vil y fanfarrón.

[1522] No se saldrá con la suya,
[1523] créame.

[1524] -No lo hará.
[1525] -Por favor.

[1526] Así que se niega
[1527] a darme la mano, ¿eh?

[1528] Sra. Teasdale,
[1529] esto es el colmo.

[1530] No hay vuelta atrás.
[1531] Esto es la guerra.

[1532] Entonces será la guerra.

[1533] Entonces será la guerra.

[1534] Alístense en el ejército.

[1535] Enjaezad los caballos.
[1536] Será la guerra.

[cantando]
[1537] Freedonia va a la guerra.

[1538] Cada nativo cogerá
[1539] un arma.

[1540] Y huirá a la guerra.

[1541] Por fin vamos a la guerra.

[1542] Los pies se arrastrarán
[1543] hasta la guerra.

[1544] Vamos a la guerra.

[1545] Por fin vamos a la guerra.

[1546] Por fin vamos a la guerra.

[1547] Por fin vamos a la guerra.

[1548] Vamos a la guerra.

[1549] Es un hecho que
[1550] no podemos ignorar.

[1551] Vamos a la guerra.

[1552] Es un hecho que
[1553] no podemos ignorar.

[1554] Vamos a la guerra.

[1555] Por si no lo han oído antes,
[1556] creo que creen que

[1557] vamos a la guerra.
[1558] Creen que vamos a la guerra.

[1559] Vamos a la guerra.

[1560] Creen que vamos
[1561] a la guerra.

[1562] Vamos a la guerra.

[1563] ¿Qué guerra?

[1564] Vamos a la guerra.
[1565] Vamos a la guerra.

[1566] A la guerra.
[1567] A la guerra.

[1568] A la guerra.
[1569] Vamos a la guerra.

[1570] A la guerra.
[1571] A la guerra.

[1572] A la guerra vamos a ir.

[1573] Ellos tienen armas,
[1574] nosotros tenemos armas.

[1575] Todos los hijos de Dios
[1576] tienen armas.

[1577] Vamos a pisar
[1578] el campo de batalla,

[1579] porque todos los hijos de
[1580] Dios tienen armas.

[1581] Oh, Freedonia,
[1582] no llores más por mi.

[1583] Rodeemos la montaña con
[1584] un banjo en la rodilla.

[1585] Oh, Freedonia,
[1586] no llores más por mí.

[1587] Rodeemos la montaña con
[1588] un banjo en la rodilla.

[1589] A la guerra.
[1590] A la guerra.

[1591] A la guerra vamos a ir.

[1592] A la guerra.
[1593] A la guerra.

[1594] A la guerra.

[1595] A la guerra.
[1596] A la guerra.

[1597] Pronto diremos adiós.

[1598] Cómo lloraríamos a
[1599] Firefly si éste muriese.

[1600] Es un hombre poderoso.

[1601] Un hombre musculoso que
[1602] seguirá hasta la vistoria.

[1603] Con él guiándonos,

[1604] el espíritu se demorará
[1605] hasta el día del Juicio.

[1606] Nos reuniremos alrededor
[1607] de la bandera,

[1608] de la bandera,
[1609] de la bandera.

[1610] Se acerca el enemigo.

[1611] Enciendan dos linternas
[1612] si vienen por tierra,

[1613] y una si vienen por mar.

[1614] Me han engañado.

[1615] Vienen por tierra
[1616] y por mar.

[1617] Cabalgad por los pueblos
[1618] y ciudades.

[1619] Despertad a la gente
[1620] colina arriba y abajo.

[1621] Decidles que el enemigo
[1622] viene de lejos, con un...

[1623] Ve, hijo mío.

Cuestionario piloto grupo versión original

1. ¿Qué géneros de películas y series de televisión te gustan?

2. ¿Por qué?

3. ¿Te gustan las películas y series de humor? (No contestes a esta pregunta si has incluido el humor en la pregunta anterior).

   Sí No

4. Nombra personajes (actores, actrices, grupos, etc.) actuales o pasados relacionados con los géneros que antes has señalado y que te gusten.

5. De los géneros audiovisuales que has señalado antes, ¿cuáles crees que son los elementos más importantes? (Señalar de qué genero se trata en cada caso).

Género (a):	Género (b):	Género (c):	Género (d):
- los diálogos	- los diálogos	- los diálogos	- los diálogos
- la imagen	- la imagen	- la imagen	- la imagen
- la banda sonora	- la banda sonora	- la banda sonora	- la banda sonora
- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen
- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora
- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora

6. De las 4 partes o secuencias del fragmento que has visto (juicio, musical, enfrentamiento con el embajador y escena del caballo), ¿cuál es la que más te ha gustado?

¿Por qué?

7. De todo el fragmento, ¿qué cosas te han parecido más graciosas?

¿Por qué?

8. ¿Qué elementos culturales has podido reconocer en el fragmento que has visto?

9. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

10. ¿Con qué relacionas la escena del caballo?

11. ¿Y la escena en que tocan el banjo (esa especie de guitarra redonda)?

12. ¿Qué juegos de palabras has podido reconocer en el fragmento que has visto?

13. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

14. ¿Con qué elementos u objetos representativos asocias la figura de los Hermanos Marx?

15. ¿A qué película pertenece el fragmento? (Si no lo sabes, no importa, pregúntamelo).

16. ¿Qué te sugiere el título?

17. ¿Te resultan graciosos los nombres de los personajes?

Sí No

¿Por qué?

18. ¿Con qué asocias el nombre de los países del fragmento?

19. ¿Cómo calificarías el humor de los Hermanos Marx?

20. ¿Crees que las películas o series de televisión extranjeras (americanas, inglesas...) están por lo general bien traducidas en español?

Sí No

21. En tu opinión, ¿de qué depende el éxito de una película o serie de televisión en España?

22. ¿Qué tipo de películas o series de TV prefieres?

Dobladas Subtituladas

¿Por qué?

23. En tu opinión, ¿qué modo de traducción audiovisual transmite mejor el humor?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

24. ¿Crees que las canciones de las películas y series de TV deben traducirse?

Sí No

¿Por qué?

25. Si has dicho que sí, ¿cuál te parece el modo de traducción audiovisual más adecuado para ello?

Subtitulación Doblaje

26. ¿Cómo consideras el humor verbal del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso

- gracioso
- muy gracioso

27. ¿Cómo consideras el humor visual del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

28. En el fragmento el fiscal habla con Chicolini y dice lo siguiente: "Isn't it true that you tried to sell Freedonia's secret war code and plans?"; a lo que Chicolini contesta: "Sure, I sold a code and two pair of plans".
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

29. En otro momento del juicio, Firefly (Groucho) sugiere al tribunal el castigo que debe imponerse a Chicolini (Chico): "I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth"; a lo que Chicolini replica: "I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth".
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

30. Al final del fragmento, en la escena del caballo, Firefly dice: "The enemy is coming. There'll be two lamps in the steeple if they're coming by land, and one if they're coming by sea. They've double-crossed me! They're coming by land and sea".
¿A qué se refiere esto?

31. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien el humor de la versión original?

Sí No

32. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien las referencias culturales de la versión original?

Sí No

33. ¿Cómo calificarías la velocidad de los subtítulos?

- adecuada
- lenta
- rápida
- muy rápida

34. ¿Crees que los subtítulos reflejan el humor y las referencias culturales de la versión original...?

- mejor
- peor
- igual

Ahora, si no te importa, me gustaría completar el cuestionario con algunos datos personales sobre ti. Esta información será confidencial y se utilizará sólo como información complementaria a mi trabajo.

Edad:

Sexo (Pon “Mujer” u “Hombre”):

Nivel de estudios:

Si tienes estudios universitarios o profesionales, indica cuáles son:

Profesión:

Lugar de nacimiento:

Lugar de residencia habitual:

Eso es todo. Muchísimas gracias por tu colaboración.

© Adrián Fuentes Luque.
MM

Cuestionario piloto grupo versión doblada

1. ¿Qué géneros de películas y series de televisión te gustan?

2. ¿Por qué?

3. ¿Te gustan las películas y series de humor? (No contestes a esta pregunta si has incluido el humor en la pregunta anterior).

   Sí No

4. Nombra personajes (actores, actrices, grupos, directores, etc.) actuales o pasados relacionados con los géneros que antes has señalado y que te gusten.

5. De los géneros audiovisuales que has señalado antes, ¿cuáles crees que son los elementos más importantes? (Señalar de qué genero se trata en cada caso).

Género (a):	Género (b):	Género (c):	Género (d):
- los diálogos	- los diálogos	- los diálogos	- los diálogos
- la imagen	- la imagen	- la imagen	- la imagen
- la banda sonora	- la banda sonora	- la banda sonora	- la banda sonora
- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen	- los diálogos y la imagen
- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora	- la imagen y la banda sonora
- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora	- los diálogos y la banda sonora

6. De las 4 partes o secuencias del fragmento que has visto (juicio, musical, enfrentamiento con el embajador y escena del caballo), ¿cuál es la que más te ha gustado?

¿Por qué?

7. De todo el fragmento, ¿qué cosas te han parecido más graciosas?

¿Por qué?

8. ¿Qué elementos culturales has podido reconocer en el fragmento que has visto?

9. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

10. ¿Con qué relacionas la escena del caballo?

11. ¿Y la escena en que tocan el banjo (esa especie de guitarra redonda)?

12. ¿Qué juegos de palabras has podido reconocer en el fragmento que has visto?

13. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

14. ¿Con qué elementos u objetos representativos asocias la figura de los Hermanos Marx?

15. ¿A qué película pertenece el fragmento? (Si no lo sabes, no importa, pregúntamelo).

16. ¿Qué te sugiere el título?

17. ¿Te resultan graciosos los nombres de los personajes?

Sí No

¿Por qué?

18. ¿Con qué asocias el nombre de los países del fragmento?

19. ¿Cómo calificarías el humor de los Hermanos Marx?

20. ¿Crees que las películas o series de televisión extranjeras (americanas, inglesas...) están por lo general bien traducidas en español?

Sí No

21. En tu opinión, ¿de qué depende el éxito de una película o serie de televisión en España?

22. ¿Qué tipo de películas o series de TV prefieres?

Dobladas Subtituladas

¿Por qué?

23. En tu opinión, ¿qué modo de traducción audiovisual transmite mejor el humor?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

24. ¿Crees que las canciones de las películas y series de TV deben traducirse?

Sí No

¿Por qué?

25. Si has dicho que sí, ¿cuál te parece el modo de traducción audiovisual más adecuado para ello?

Subtitulación Doblaje

26. ¿Cómo consideras el humor verbal del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso

- gracioso
- muy gracioso

27. ¿Cómo consideras el humor visual del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

28. En el fragmento el fiscal habla con Chicolini y dice lo siguiente: "¿No es cierto que intentaba vender la clave secreta y planes de guerra de Freedonia?" (versión doblada) / "¿No es cierto que intentó / vender códigos y / planes secretos / de guerra?" (versión subtitulada). Chicolini le responde: "Claro, vendí una clave y dos pares de planes" (versión doblada) / "Sí, le vendí una 'abrigo' y unos 'pantalones'".
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

29. En otro momento del juicio, Firefly (Groucho) sugiere al tribunal el castigo que debe imponerse a Chicolini (Chico): "Sugiero condenarle a diez años de cárcel u once años en prisión" (versión doblada) / "Sugiero que le encerremos / diez años en Leaveworth / u once años / en Twelveworth" (versión subtitulada). Y Chicolini contesta: "¿Sabe lo que haré? Me tomaré unas vacaciones en el campo" (versión doblada) / "Le diré lo que haré / cinco y diez en Woolworth" (versión subtitulada).
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

30. Al final del fragmento, en la escena del caballo, Firefly dice: "Se acerca el enemigo. Habrá dos luces en la torre si vienen por tierra y una si vienen por mar.[Se encienden 3 luces en la torre]. Me han engañado, vienen por tierra y por mar. Pasad por todos los pueblos y avisad a todos los ciudadanos. Decidle que se acerca el enemigo" (versión doblada) / "Se acerca el enemigo. / Enciendan dos linternas / si

vienen por tierra, / y una si vienen por mar. / Me han engañado. / Vienen por tierra / y por mar. / Cabalgad por los pueblos / y ciudades. / Despertad a la gente / colina arriba y abajo. / Decidles que el enemigo / viene de lejos" (versión subtitulada).
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿A qué crees que se refiere esto?

31. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien el humor de la versión original?

Sí No

32. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien las referencias culturales de la versión original?

Sí No

33. ¿Cómo calificarías la velocidad de los subtítulos?

- adecuada
- lenta
- rápida
- muy rápida

34. ¿Crees que los subtítulos reflejan el humor y las referencias culturales de la versión original mejor que el doblaje...?

- mejor
- peor
- igual

Ahora, si no te importa, me gustaría completar el cuestionario con algunos datos personales sobre ti. Esta información será confidencial y se utilizará sólo como información complementaria a mi trabajo.

Edad:

Sexo (Pon "Mujer" u "Hombre"):

Nivel de estudios:

Si tienes estudios universitarios o profesionales, indica cuáles son:

Profesión:

Lugar de nacimiento:

Lugar de residencia habitual:

Si quieres hacer cualquier comentario adicional, puedes hacerlo aquí:

Eso es todo. Muchísimas gracias por tu colaboración.

© Adrián Fuentes Luque.
MM

C-Eng.

Questionnaire

1. What film or TV series genres do you like?

   Genre (a):
   Genre (b):
   Genre (c):

2. Why?

3. Do you like humor films and TV series? (Do not answer this question if you have already included humor in the previous question).

   Yes No

4. Please give the names of people (actors, actresses, groups, directors, etc.) (2 past and 2 present), related to the above-mentioned genres and that you like.

5. Please rate from 1 to 3 the most important elements in each of the above-mentioned audiovisual genres (1 to the most important one, 2 to the second most important, 3 to the following one) (Please state each genre). If you think that two or three elements are equally important, please give the appropriate number for them.

   - Genre (a):
     - The script.
     - The image.
     - The soundtrack.
   - Genre (b):
     - The script.
     - The image.
     - The soundtrack.
   - Genre (c):
     - The script.
     - The image.

- The soundtrack.

6. Of the 4 parts or sequences of the video that you have just watched (trial, musical, argument with the ambassador, horse scene), which one did you like most?

Why?

7. Which things did you find the funniest in the whole video?

Why?

8. Which cultural elements did you recognize in the video?

9. What would you identify them with or what do you think they mean?

10. What would you relate the horse scene to?

11. And the banjo scene?

12. What word plays did you manage to identify in the video?

13. What would you identify them with or what do you think they mean?

14. With what representative elements or objects would you associate the figure of the Marx Brothers?

15. What is the title of the film? (If you don't know it, please state "I don't know" and ask me).

16. What does the title of the film suggest you?

17. Do you think the characters' names are funny? (Rufus T. Firefly, Chicolini)

Rufus T. Firefly	*Chicolini*
- not funny at all	- not funny at all
- mildly funny	- mildly funny
- funny	- funny
- very funny	- very funny

Why?

18. What would you associate the names of the countries in the film with?

19. How would you define the Marx Brothers' humor?

20. In your opinion, what is the key to the success of a film or TV series in your country?

21. What kind of films or TV series do you prefer?

- in original version
- dubbed
- in original version with subtitles

Why?

22. In your opinion, which audiovisual translation mode transmits the message of the film best?

Subtitling Dubbing

Why?

23. And which one transmits humor best?

Subtitling Dubbing

Why?

24. Do you think that songs in foreign films or TV series should be translated?

Yes No

Why?

25. If you answered "yes", which is, in your opinion, the most appropriate audiovisual translation mode to do that?

Subtitling Dubbing

26. How would rate the verbal humor in the video that you have just watched?

- not funny at all
- mildly funny
- funny
- very funny

27. How would you rate the visual humor in the video that you have just watched?

- not funny at all
- mildly funny
- funny
- very funny

28. In the video, the prosecutor talks to Chicolini and says: "Isn't it true that you tried to sell Freedonia's secret war code and plans?". Chicolini replies: "Sure, I sold a code and two pair of plans".
Do you find this funny?

Yes No

Why?

29. At another point in the trial, Firefly (Groucho) suggests to the jury the punishment for Chicolini (Chico): "I suggest that we give him ten years in Leavenworth, or eleven years in Twelveworth". Chicolini replies: "I tell you what I'll do. I'll take five and ten in Woolworth".
Do you think this is funny?

Yes No

Why?

30. Towards the end of the fragment, in the horse scene, Firefly says: "The enemy is coming. There'll be two lamps in the steeple if they're coming by land, and one if they're coming by sea. (*He exits. He reappears at a casement window and opens it. It is night. One, two, then three lamps appear at the top of a church tower in the distance*). They've double-crossed me! They're coming by land and sea. Ride through every village and town, Wake every citizen up hill and down. Tell'em the enemy comes from afar, With a hey nonny-nonny and a ha-cha-cha".
Do you think this is funny?

Yes No

What do you think this scene refers to?

31. Do you think this kind of humor is easily recognizable by any English-speaking native?

Yes No

32. Do you think the cultural references (i.e. culture) in the film are easily recognizable?

Yes No

33. In your opinion, in a foreign film, subtitles reflect humor and cultural references (i.e. culture)...?

- better than dubbing
- worse than dubbing
- same as dubbing

34. Have you ever seen this film?

Yes No

35. If so, how many times?

36. How many years ago did you see it?

37. Did you see it in the cinema or on TV?

38. How many Marx Brothers films have you seen?

39. Please give the titles of the films, if you remember them.

40. Do you think the fragment you just watched can be understood isolated from the rest of the film?

Yes No

41. Do you think you would need to watch the fragment again in order to spot more humor or cultural elements?

Yes No

Now, if you don't mind, I would like to complete this questionnaire with some personal data about you. This information is confidential and will only be used as complementary information for my study.

Age:

Sex (Please state "Male" or "Female"):

Academic or professional studies:

Profession:

Place of birth:

Place of permanent residence:

Which comedians / humorists do you like? (Either from your own country of origin or from other countries).

If you want to add any additional comments, please do it here:

That's all. Thank you very much for you kind help!

© Adrián Fuentes Luque.
MM

C-Dob.

Cuestionario

1. Nombra tres géneros de películas y series de televisión que te gusten.

   Género (a):
   Género (b):
   Género (c):

2. ¿Por qué?

3. ¿Te gustan las películas y series de humor? (No contestes a esta pregunta si has incluido el humor en la pregunta anterior).

   Sí No

4. Nombra 2 personajes (actores, actrices, grupos, directores, etc.) actuales y otros 2 pasados relacionados con los géneros que antes has señalado y que te gusten.

5. De los géneros audiovisuales que has señalado antes, pon un 1 al elemento que consideres más importante en cada uno de ellos, un 2 al segundo más importante, y un 3 al siguiente. Si consideras que tienen la misma importancia, ponles el mismo número. (Señala de qué genero se trata en cada caso).

   - Género (a):
     - los diálogos.
     - la imagen.
     - la banda sonora.
   - Género (b):
     - los diálogos.
     - la imagen.
     - la banda sonora.
   - Género (c):

- los diálogos.
- la imagen.
- la banda sonora.

6. De las 4 partes o secuencias del fragmento que has visto (juicio, musical, enfrentamiento con el embajador y escena del caballo), ¿cuál es la que más te ha gustado?

   ¿Por qué?

7. De todo el fragmento, ¿qué cosas te han parecido más graciosas?

   ¿Por qué?

8. ¿Qué elementos culturales has podido reconocer en el fragmento que has visto?

9. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

10. ¿Con qué relacionas la escena del caballo?

11. ¿Y la escena en que tocan el banjo?

12. ¿Qué juegos de palabras has podido reconocer en el fragmento que has visto?

13. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

14. ¿Con qué elementos u objetos representativos asocias la figura de los Hermanos Marx?

15. ¿A qué película pertenece el fragmento? (Si no lo sabes, contesta que no lo sabes y pregúntamelo).

16. ¿Qué te sugiere el título?

17. ¿Te resultan graciosos los nombres de los personajes? (Rufus T. Firefly, Chicolini)

Rufus T. Firefly	*Chicolini*
- nada gracioso	- nada gracioso
- poco gracioso	- poco gracioso
- gracioso	- gracioso
- muy gracioso	- muy gracioso

¿Por qué?

18. ¿Con qué asocias el nombre de los países del fragmento?

19. ¿Cómo calificarías el humor de los Hermanos Marx?

20. ¿En tu opinión, cómo crees que las películas o series de televisión extranjeras (americanas, británicas...) están por lo general traducidas en español?

- muy mal traducidas
- traducidas deficientemente
- ni bien ni mal traducidas
- muy bien traducidas

21. En tu opinión, ¿de qué depende el éxito de una película o serie de televisión en España?

22. Cuando ves una película o serie de TV, ¿prefieres verla...?

- en versión original sin subtítulos
- en versión doblada
- en versión original con subtítulos

¿Por qué?

23. En tu opinión, ¿qué modo de traducción audiovisual transmite mejor el mensaje de la película o serie?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

24. ¿Y cuál crees que transmite mejor el humor?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

25. ¿Crees que las canciones de las películas y series de TV deben traducirse?

Sí No

¿Por qué?

26. Si has dicho que sí, ¿cuál te parece el modo de traducción audiovisual más adecuado para ello?

Subtitulación Doblaje

27. ¿Cómo consideras el humor verbal del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

28. ¿Cómo consideras el humor visual del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

29. En el fragmento el fiscal habla con Chicolini y dice lo siguiente: "¿No es cierto que intentaba vender la clave secreta y planes de guerra de Freedonia?". Chicolini le responde: "Claro, vendí una clave y dos pares de planes".
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

30. En otro momento del juicio, Firefly (Groucho) sugiere al tribunal el castigo que debe imponerse a Chicolini (Chico): “Sugiero condenarle a diez años de cárcel u once años en prisión”. Y Chicolini contesta: “¿Sabe lo que haré? Me tomaré unas vacaciones en el campo”.
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

31. Al final del fragmento, en la escena del caballo, Firefly dice: “Se acerca el enemigo. Habrá dos luces en la torre si vienen por tierra y una si vienen por mar. [Se encienden una, dos, hasta 3 luces en la torre]. Me han engañado, vienen por tierra y por mar. Pasad por todos los pueblos y avisad a todos los ciudadanos. Decidles que se acerca el enemigo”.
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿A qué crees que se refiere esta escena?

32. ¿Crees que el doblaje transmite bien el humor de la versión original?

Sí No

33. ¿Crees que el doblaje transmite bien las referencias culturales (o sea, la cultura) de la versión original?

Sí No

34. ¿Crees que los subtítulos reflejan el humor y las referencias culturales (la cultura) de la versión original...?

- mejor que el doblaje

- peor que el doblaje
- igual que el doblaje

35. ¿Has visto la película alguna vez?

Sí No

36. En caso afirmativo, ¿cuántas veces?

37.¿Cuántos años hace que la viste?

38. ¿La viste en el cine o en televisión?

39. ¿La viste en versión original sin subtítulos, en versión doblada, o en versión original con subtítulos?

40. ¿Cuántas películas de los Hermanos Marx has visto?

41. Por favor, si los recuerdas, pon los títulos de esas películas:

42. ¿Crees que el fragmento que has visto tiene una unidad propia, es decir, se puede entender aislado del resto de la película?

Sí No

43. ¿Crees que necesitarías ver el fragmento otra vez para localizar más elementos humorísticos y referencias culturales?

Sí No

Ahora, si no te importa, me gustaría completar el cuestionario con algunos datos personales sobre ti. Esta información será confidencial y se utilizará sólo como información complementaria a mi trabajo.

- Edad:

- Sexo (Pon “Mujer” u “Hombre”):

- Estudios o formación:

- Profesión:

- Lugar de nacimiento:

- Lugar de residencia habitual:

- ¿Qué humoristas te gustan? (españoles y extranjeros)

Si quieres hacer cualquier comentario adicional, puedes hacerlo aquí:

Eso es todo. Muchísimas gracias por tu colaboración.

© Adrián Fuentes Luque.
MM

C-Subt.

Cuestionario

1. Nombra tres géneros de películas y series de televisión que te gusten.

   Género (a):
   Género (b):
   Género (c):

2. ¿Por qué?

3. ¿Te gustan las películas y series de humor? (No contestes a esta pregunta si has incluido el humor en la pregunta anterior).
   Sí No
4. Nombra 2 personajes (actores, actrices, grupos, directores, etc.) actuales y otros 2 pasados relacionados con los géneros que antes has señalado y que te gusten.

5. De los géneros audiovisuales que has señalado antes, pon un 1 al elemento que consideres más importante en cada uno de ellos, un 2 al segundo más importante, y un 3 al siguiente. Si consideras que tienen la misma importancia, ponles el mismo número. (Señala de qué genero se trata en cada caso).

   - Género (a):
     - los diálogos.
     - la imagen.
     - la banda sonora.
   - Género (b):
     - los diálogos.
     - la imagen.
     - la banda sonora.
   - Género (c):
     - los diálogos.

- la imagen.
- la banda sonora.

6. De las 4 partes o secuencias del fragmento que has visto (juicio, musical, enfrentamiento con el embajador y escena del caballo), ¿cuál es la que más te ha gustado?

   ¿Por qué?

7. De todo el fragmento, ¿qué cosas te han parecido más graciosas?

   ¿Por qué?

8. ¿Qué elementos culturales has podido reconocer en el fragmento que has visto?

9. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

10. ¿Con qué relacionas la escena del caballo?

11. ¿Y la escena en que tocan el banjo?

12. ¿Qué juegos de palabras has podido reconocer en el fragmento que has visto?

13. ¿Con qué los identificarías o cuál crees que es su significado?

14. ¿Con qué elementos u objetos representativos asocias la figura de los Hermanos Marx?

15. ¿A qué película pertenece el fragmento? (Si no lo sabes, contesta que no lo sabes y pregúntamelo).

16. ¿Qué te sugiere el título?

17. ¿Te resultan graciosos los nombres de los personajes? (Rufus T. Firefly, Chicolini)

Rufus T. Firefly	*Chicolini*
- nada gracioso	- nada gracioso
- poco gracioso	- poco gracioso
- gracioso	- gracioso
- muy gracioso	- muy gracioso

¿Por qué?

18. ¿Con qué asocias el nombre de los países del fragmento?

19. ¿Cómo calificarías el humor de los Hermanos Marx?

20. ¿En tu opinión, cómo crees que las películas o series de televisión extranjeras (americanas, inglesas...) están por lo general traducidas en español?

- muy mal traducidas
- traducidas deficientemente
- ni bien ni mal traducidas
- muy bien traducidas

21. En tu opinión, ¿de qué depende el éxito de una película o serie de televisión en España?

22. Cuando ves una película o serie de TV, ¿prefieres verla...?

- en versión original sin subtítulos
- en versión doblada
- en versión original con subtítulos

¿Por qué?

23. En tu opinión, ¿qué modo de traducción audiovisual transmite mejor el mensaje de la película o serie?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

24. ¿Y cuál crees que transmite mejor el humor?

Subtitulación Doblaje

¿Por qué?

25. ¿Crees que las canciones de las películas y series de TV deben traducirse?

Sí No

¿Por qué?

26. Si has dicho que sí, ¿cuál te parece el modo de traducción audiovisual más adecuado para ello?

Subtitulación Doblaje

27. ¿Cómo consideras el humor verbal del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

28. ¿Cómo consideras el humor visual del fragmento que has visto?

- nada gracioso
- poco gracioso
- gracioso
- muy gracioso

29. En el fragmento el fiscal habla con Chicolini y dice lo siguiente: "¿No es cierto que intentó / vender códigos y / planes secretos / de guerra?". Chicolini le responde: "Sí, le vendí un 'abrigo' y unos 'pantalones'".
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

30. En otro momento del juicio, Firefly (Groucho) sugiere al tribunal el castigo que debe imponerse a Chicolini (Chico): “Sugiero que le encerremos / diez años en Leavenworth / u once años / en Twelveworth”. Y Chicolini contesta: “Le diré lo que haré / cinco y diez en Woolworth”.
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿Por qué?

31. Al final del fragmento, en la escena del caballo, Firefly dice: “Se acerca el enemigo. / Enciendan dos linternas / si vienen por tierra, / y una si vienen por mar. / [Se encienden una, dos, hasta 3 luces en la torre] Me han engañado. / Vienen por tierra / y por mar. / Cabalgad por los pueblos / y ciudades. / Despertad a la gente / colina arriba y abajo. / Decidles que el enemigo / viene de lejos”.
¿Te parece gracioso?

Sí No

¿A qué crees que se refiere esta escena?

32. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien el humor de la versión original?

Sí No

33. ¿Crees que los subtítulos transmiten bien las referencias culturales (la cultura) de la versión original?

Sí No

34. ¿Cómo calificarías la velocidad de los subtítulos?

- adecuada
- lenta
- rápida

- muy rápida

35. ¿Crees que los subtítulos reflejan el humor y las referencias culturales (la cultura) de la versión original...?

- mejor que el doblaje
- peor que el doblaje
- igual que el doblaje

36. ¿Has visto la película alguna vez?

Sí No

37. En caso afirmativo, ¿cuántas veces?

38.¿Cuántos años hace que la viste?

39. ¿La viste en el cine o en televisión?

40. ¿La viste en versión original sin subtítulos, en versión doblada, o en versión original con subtítulos?

41. ¿Cuántas películas de los Hermanos Marx has visto?

42. Por favor, si los recuerdas, pon los títulos de esas películas:

43. ¿Crees que el fragmento que has visto tiene una unidad propia, es decir, se puede entender aislado del resto de la película?

Sí No

44. ¿Crees que necesitarías ver el fragmento otra vez para localizar más elementos humorísticos y referencias culturales?

Sí No

Ahora, si no te importa, me gustaría completar el cuestionario con algunos datos personales sobre ti. Esta información será confidencial y se utilizará sólo como información complementaria a mi trabajo.

- Edad:

- Sexo (Pon “Mujer” u “Hombre”):

- Estudios o formación:

- Profesión:

- Lugar de nacimiento:

- Lugar de residencia habitual:

- ¿Qué humoristas te gustan? (españoles y extranjeros)

Si quieres hacer cualquier comentario adicional, puedes hacerlo aquí:

Eso es todo. Muchísimas gracias por tu colaboración.

© Adrián Fuentes Luque.
MM

Bibliografía

Sopa de ganso. Naderías. 1989. Madrid: Editorial Fundamentos. 84-245-0182-9.

The Marx Brothers: Monkey Business, Duck Soup and A Day at the Races. 1993. Londres: Faber and Faber. 0-571-16647-4.

AA.VV. 1980. *Humor, ironía, parodia*. Madrid: Editorial Fundamentos.

———. 1983. *Literary and Linguistic Aspects of Humour. Actas del VI Congreso de AEDEAN*. Sitges: Departamento de lengua y Literatura, Universidad de Barcelona. 84-600-3515-8.

———. 1984. *Gran historia universal del cine*. Madrid: Ediciones SARPE.

———. 1991. "Les sous-titres: ennemis ou complices?". *Circuit*, no. 33: 1-17.

Aaltonen, Outi. 1995. "Subtitling as Culture-bound Meaning Production". *Nouvelles De La FIT-FIT Newsletter* 15, no. 3-4: 384-87.

ACE traductores. 1997. *El libro blanco de la traducción en España*. Madrid: ACE-Traductores.

Agost Canós, Rosa. 1995. "The Colloquial Register and Dubbing", en Peter Jensen (ed.) *Translation and the manipulation of discourse. Selected papers on the CERA research seminars in translation studies 1992-1993*. 183-200. Lovaina: CETRA, The Leuven Research Center for Translation, Communication and Cultures.

———. 1996. "La traducció audiovisual: el doblatge", tesis doctoral, Universitat Jaume I.

———. 1998. "Un modelo de análisis de la traducción para el doblaje basado en las dimensiones del contexto", en Leandro Félix y Emilio Ortega (eds.) *II Estudios sobre traducción e interpretación (Actas de las II Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga*. 641-48. Vol. II. Málaga: Diputación de Málaga.

Agost Canós, Rosa; Chaume Valera, Frederic y Hurtado Albir, Amparo. 1999. "La traducción audiovisual: doblaje y subtitulación", en Amparo Hurtado Albir (dir.) *Enseñar a traducir. Metodología en la formación de traductores e intérpretes*. 182-95. Madrid: Edelsa.

Agost, Rosa. 1999. *Traducción y doblaje: palabras, voces e imágenes*. Barcelona: Editorial Ariel. 84-344-2838-5.

Agost, Rosa y Chaume, Frederic. 1996. “L'ensenyament de la traducció audiovisual”, en Amparo Hurtado Albir (ed.) *La enseñanza de la traducción*. 207-12. Castellón: Universitat Jaume I.

Arnáiz, C. 1996. “Film Translation and the Cultural Space”, *Actas del XIV Congreso Mundial de la FIT*. 432-40. Vol. 2. Melbourne: Australian Institute of Interpreters and Translators.

Asa Berger, Arthur. 1991. *Media Analysis Tecniques*. Newbury Park: SAGE. 0-8039-4362-8.

Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. Nueva York: Mouton de Gruyter.

Austin, J.L. 1962. *How to Do Things with Words*. Oxford: Clarendon Press.

Ávila, Alejandro. 1997a. *La censura del doblaje cinematográfico en España*. Barcelona: Editorial CIMS 97 S.L. 84-89643-25-3.

———. 1997b. *El doblaje*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A. 84-376-1521-6.

———. 1997c. *La historia del doblaje cinematográfico*. Barcelona: Editorial CIMS 97. 84-89643-37-7.

Baker, Mona. 1998. “Translation Studies”, en Mona Baker (ed.) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. 277-80. Londres: Routledge.

Baker, Mona (ed.). 1998. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. Londres: Routledge. 0-415-09380-5.

Ballard, Michel. 1996. “Wordplay and the Didactics of Translation”. *The Translator* 2, no. 2: 333-46.

Ballester Casado, Ana. 1995a. “La política del doblaje en España”. *Eutopías* 94: 1-24. 0213246X.

———. 1995b. “The politics of dubbing. Spain: a case study”, en Peter Jensen (ed.) *Translation and the manipulation of discourse. Selected papers on the CERA research seminars in translation studies 1992-1993*. 159-81. Lovaina: CETRA, The Leuven Research Center for Translation, Communication and Cultures.

Bassnett-McGuire, Susan. 1980. *Translation Studies*. Londres: Methuen.

Bauer, Laurie. 1994. *Watching English Language*. Londres: Longman. 0-582-21089-5.

BBC World Service. 1999. *The Art of Translating*. Londres: British Broadcasting Corporation.

Beacham, Frank. 1993. *An Interview with Nicholas Negroponte*. http://www.beacham.com/negroponte_93_785.htm

Bell, Roger. 1991. *Translation and Translating*. Londres: Longman. 0-582-01648-7.

Bergson, Henri. 1962. *La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Editorial Losada.

Bertaux, Pierre. 1986. "Pour ce que rire est le propre de l'homme...". *Contrastes*: 23-32.

Bettetini, Gianfranco. 1984. *La conversación audiovisual*. Madrid: Cátedra Signo e Imagen. 84-376-0619-5.

Bick, Ilsa J. 1994. "'That Hurts!': Humor and Sadomasochism in *Lolita*". *Journal of Film and Video* 46, no. 2: 3-18.

Bossé-Andrieu, Jacqueline et al. 1987. *Bibliographie du traducteur. Translator's Bibliography*. Ottawa: Université d'Ottawa. 2-7603-0120-6.

Bovinelli, Bettina y Gallini Serena. 1994. "La traduzione dei riferimenti culturali nel doppiaggio cinematografico", en R. Baccolini et al. (eds.) *Il doppiaggio. Trasposizioni linguistiche e culturali.* 89-98. Bolonia: Editrice CLUEB.

Bowker, Lynne et al. 1998. *Unity in Diversity? Current Trends in Translation Studies*. Manchester: St Jerome. 1-900650-15-0.

Brändle, M. 1996. "The Quest for Language Equivalence Through TV Subtitles", *Actas del XIV Congreso Mundial de la FIT.* 966-77. Vol. 2. Melbourne: Australian Institute of Interpreters and Translators.

Braso, Enrique. 1997. "El doblaje en España: estudio de un fragmento de Cyrano de Bergerac", en Leandro Félix y Emilio Ortega (eds.) *Lecciones de teoría y práctica de la traducción*. 47-56. Málaga: Universidad de Málaga.

Brinton, Ethel et al. 1981. *Translation Strategies. Estrategias para traducción*. Londres: MacMillan. 0 333 32893 0.

Brondeel, Herman. 1994. "Teaching Subtitling Routines". *Meta* 39, no. 1: 26-33.

Brower, Reuben A. (ed.) 1959. *On Translation*. Cambridge: Harvard University Press.

Brun, Laura y Marquina Irene. 1996. "El traductor, la traductología y el doblaje fílmico", tesis de licenciatura, Instituto Superior de Intérpretes y Traductores, México.

Bryson, Bill. 1990. "Wordplay", *The Mother Tongue. English and How It Got That Way*. 225-38. Nueva York: Morrow.

Bucciarelli, Elisabetta. 1994. "Regole e risorse", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli, (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio.* 112-14. Roma: AIDAC.

Burgess, Anthony. 1980. "Dubbing", en L. Michaels y C. Ricks (eds.) *The State of Language.* 297-303. Berkeley: University of California Press.

Buttafava, Giovanni. 1994. "Il doppiaggio è veramente un male minore?", en Eleonora

di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio.* 124-26. Roma: AIDAC.

Cabrera Infante, Guillermo. 1997. "Siglo y sigilo de Groucho", *Cine o sardina*. 319-25. Madrid: Editorial Santillana.

Caillé, P.-F. 1960. "Cinéma et Traduction: Le traducteur devant l'Ecran". *Babel* 6, no. 3: 103-9.

Cámara Aguilera, Elvira. 1999. *Hacia una traducción de calidad. Técnicas de revisión y corrección de errores*. Granada: Grupo Editorial Universitario. 84-95276-05-4.

Campos Pardillos, Miguel Ángel. 1992. "Las dificultades de traducir el humor: Astérix le Gaulois-Asterix the Gaul-Asterix el Galo". *BABEL-AFIAL*, no. 1: 103-23.

———. 1998. "Advertising discourse: When do we translate, and how?", en Leandro Félix Fernández y Emilio Ortega Arjonilla (coords.) *II Estudios sobre Traducción e Interpretación. Actas de las II Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga* Málaga: Universidad de Málaga; Diputación Provincial de Málaga.

Cartagena, Nelson. 1998. "Teoría y práctica de la traducción de nombres de referentes culturales específicos", en Mario Bernales y Constantino Contreras (organizadores) *Por los caminos del lenguaje.* 7-22. Temuco (Chile): Universidad de la Frontera.

Cary, Edmond. 1960. "La traduction totale". *Babel* 6, no. 3: 110-115.

Castellina, Luciana. 1994. "Regole dall'Europa", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio.* 67-68. Roma: AIDAC.

Castillo, Víctor del y Castillo, Jorge del. 1994. *Notas técnicas de subtitulación*. Madrid: Best Digital.

Castro Roig, Xosé. 1997. "Breve nota sobre el papel del traductor de material televisivo en España", en Esther Morillas y Juan Pablo Arias (eds.) *El papel del traductor.* 419-22. Salamanca: Ediciones Colegio de España. 84-86408-65-2.

Catford, J. C. 1965. *A Linguistic Theory of Translation*. Oxford: Oxford University Press.

Cavestany, Juan. 1998. "Groucho, sospechoso de marxista". *El País*.

Cazamian, L. 1960. *The Development of English Humor*. Nueva York: Ams Press.

Chalier, Chantal. 1996. "If I read you well, you promise me the world: The challenge of subtitling for Australian TV today", *Actas del XIV Congreso Mundial de la FIT.* 441-47. Vol. 2. Melbourne: Australian Institute of Interpreters and Translators.

Chandler, Charlotte. 1997. *¡Hola y adiós! Groucho y sus amigos*. Barcelona: Tusquets Editores. 84-8310-529-2.

Chapman, Antony J. y Foot, Hugh C. (eds.) 1996. *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications*. New Brunswick: Transaction Publishers. 1-56000-837-7.

Chaume, Frederic. 1997. "La traducción audiovisual: estado de la cuestión", en Miguel Ángel Vega Cernuda y Rafael Martín-Gaitero (eds.) *La palabra vertida. Investigaciones en torno a la traducción*. 393-406. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Chaume Valera, Federico. 2000. "Aspectos profesionales de la traducción audiovisual", en Dorothy Kelly (ed.) *La traducción y la interpretación en España hoy: perspectivas profesionales*. 47-83. Granada: Comares. 84-8444-041-9.

Chaume Valera, Frederic. 1997. "Translating non-verbal information in dubbing", en Fernando Poyatos (ed.) *Nonverbal Communication and Translation*. 315-26. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Chaves García, M. José. 1996. "La traducción cinematográfica: el doblaje", tesis doctoral, Universidad de Sevilla.

Chaves García, Maria José. 1995. "Le traducteur de doublage", en Yves Gambier (ed.) *Communication audiovisuelle et transferts linguistiques (Actes)*, 3-4 Sint-Amandsberg: FIT-UNESCO.

Chernov, Ghelly V. 1991. "Cognitive and pragmatic inferencing and the intercultural component in translation", en Sonja Tirkkonen-Condit (ed.) *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. 27-34. Tubinga: Narr.

Chesterman, Andrew (ed.). 1989. *Readings in Translation Theory*. Finlandia: Oy Finn Lectura Ab. 951-8905-16-9.

Chiaro, Delia. 1992. *The Language of Jokes. Analysing verbal play*. Londres: Routledge. 0-415-03089-7.

Chiellino, C. 1979. "Difficoltà e pericoli nella traduzione del titolo di un film". *Lebende Sprachen* 24, no. 3: 123-26.

CINE por la RED. [julio de 2000]. "*Las horas de programación televisiva en España se incrementarán en un 86,7% en doce años*". http://porlared.com/cinered/noticias/.

Cipolloni, Marco. 1996. "La traduzione per il cinema come campo di studio e di ricerca", en Christine Heiss y Rosa Maria Bollettieri (eds.) *Traduzione multimediale per il cinema, la televisione e la scena*. 401-8. Bolonia: Editrice CLUEB.

Clyne, Michael. 1981. "Culture and Discourse Structure". *Journal of Pragmatics* 5: 61-66.

Cómitre Narváez, Isabel y Martínez García, Adela. 1997. "Importancia de los valores

culturales en la traducción de anuncios publicitarios", en Miguel Ángel Vega Cernuda y Rafael Martín-Gaitero (eds.) *La palabra vertida. Investigaciones en torno a la traducción*. 501-6. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Cordón García, José Antonio. 1997. "La traducción en España". *Meta* XLII, no. 4: 745-53.

Cossette, Michèle. 1991. "Des sous-titres, oui, mais en quelle langue?". *Circuit*, no. 33: 13-14.

Cronin, Michael. 1996. *Translating Ireland. Translation, Languages, Cultures*. Cork: Cork University Press. 1 85918 019 1.

Crowther, Jonathan (ed.). 1999. *Oxford Guide to British and American Culture*. Oxford: O.U.P. 0 19 431332 8.

Crystal, David. 1988. *The English Language*. Harmondsworth: Penguin. 0-14-013532-4.

———. 1998. *Language Play*. Londres: Penguin. 0-14-027385-9.

Danan, Martine. 1991. "Dubbing as an Expresion of Nationalism". *Meta* 36, no. 4: 606-14.

———. 1994. "From Nationalism to Globalization: France's Challenges to Hollywood's Hegemony", tesis doctoral, Michigan Technological University.

De Linde, Zoe. 1995. "'Read my lips' Subtitling Principles, Practices and Problems". *Perspectives: Studies in Translatology* 3, no. 1: 9-20.

———. 1999. "Processing Subtitles and Film Images. Hearing vs Deaf Viewers". *The Translator* 5, no. 1: 45-60. 1355-6508.

Décarie, Véronique. 1991. "Faire reculer les frontières...au prix de sa chemise?". *Circuit*, no. 33: 11-12.

Delabastita, Dirk. 1989. "Translation and mass-communication: film and TV translation as evidence of cultural dynamics". *Babel* 35, no. 4: 193-218.

———. 1990. "Translation and the Mass Media", en S. Bassnett y A. Lefevere (eds.) *Translation, History and Culture*. 97-109. Londres: Pinter.

———. 1993. *'There's a double tongue'. An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay*. Amsterdam: Rodopi.

———. 1996. *Wordplay and Translation (número especial de The Translator, vol. 2/2)*. Manchester: St. Jerome. 1-900650-01-0.

———. 1997. *Essays on Punning and Translation*. Manchester: St. Jerome. 1-900650-06-1.

Delisle, Jean. 1980. *L'analyse du discours comme méthode de traduction: Initiation à la traduction française de textes pragmatiques anglais, théorie et pratique*. Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.

———. 1993. *La traduction raisonnée. Manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français*. Ottawa: Université d'Ottawa. 2-7603-0372-1.

Delmas, Christian. 1978. "Les traductions synchrones", en Paul Horguelin (ed.) *Translating, a Profession (actas del VIII Congreso Mundial de la FIT)*. 413-19. Montreal: FIT.

Desroches, Yves. 1991. "Devenir adaptateur de sous-titres?". *Circuit*, no. 33: 5-6.

Devlin, Catherine. 1995. "Comedy and Culture". *Australian Journal of Comedy* 1, no. 2 www.ozcomedy.com/journal/12devlin.htm.

Di Fortunato, Eleonora y Paolinelli Mario (eds.). 1996. *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio*. Roma: AIDAC. 88-86690-09-6.

Díaz Cintas, Jorge. 1995. "El subtitulado de *Hamlet* al castellano". *Sendebar*, no. 6: 147-58.

———. 1997. "El subtitulado en tanto que modalidad de traducción fílmica dentro del marco teórico de los Estudios sobre Traducción (Misterioso asesinato en Manhattan, Woody Allen, 1993)", tesis doctoral, Universidad de Valencia.

———. (en prensa). "El valor de la dimensión semiótica en el subtitulado del humor", en Raquel Merino et al. (eds.) *Actas del III Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales* Vitoria: Universidad del País Vasco.

Diem, J. M. y Ziv A. 1987. *Le sens de l'humour*. París: Bordas-Dunot.

Diot, Roland. 1986. "Chaos par K.O.: Un example d'incompatibilité d'humour - le doublage et le sous-titrage des films des Marx Brothers". *Contrastes*: 259-69.

———. 1989. "Humor for Intellectuals: Can it be Exported and Translated? The case of Gary Trudeau's In Search of Reagan's Brain". *META (Número Especial Sobre "Humor and Translation")* 34, no. 1: 84-87. 0026-0452.

Dirección artística y de diseño, TVE S.A. 1993. *Normas de subtitulación*. Madrid: TVE, S.A.

Dirks, Tim. "Film Genres." [1999]. www.filmsite.org/tdirks/genres.

Dolitsky, Marlene. 1988. "The translation of nonsense". *Babel* 34, no. 2: 80-89.

Dollerup, Cay. 1974. "On subtitles in television programmes". *Babel*, no. 20: 197-202.

Dries, Josephine. 1995. *Dubbing and Subtitling: Guidelines for Production and Distribution*. Düsseldorf: European Institute for the Media. 3-929673-16-9.

Eastman, M. 1921. *The sense of humour*. Nueva York: Scribner.

Elena, Pilar. 1990. *Aspectos teóricos y prácticos de la traducción alemán-español*. Salamanca: Universidad de Salamanca. 84-7481-768-4.

Ember, Melvin y Ember, Carol R. 1997. *Antropología cultural*. Madrid: Prentice Hall. 84-89660-16-6.

Enkvist, Nils Erik. 1991. "Discourse type, text type and cross-cultural rhetoric", en Sonja Tirkkonen-Condit (ed.) *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. 5-16. Tubinga: Narr.

Estudios Bandaparte. (19??). *Reglas de oro del pequeño adaptador de subtítulos*. Madrid: Estudios Bandaparte.

Etxebarría, Igone. 1994. "Doblaje y subtitulación en Euskal Telebista", en Federico Eguíluz et al. (eds.) *Actas del I Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción* Vitoria: Universidad del País Vasco.

Even-Zohar, Itamar. 1990. *Polysystem Studies*. Tel Aviv: Porter Institute for Poetics and Semiotics.

Eyles, Allen. 1994. *Todas las películas de los Hermanos Marx*. Barcelona: Odín Ediciones. 84-493-0002-9.

Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.

Fawcett, Peter. 1983. "Translation Modes and Constraints". *The Incorporated Linguist* 22, no. 4: 186-90.

———. 1996. "Translating Film", en Geoffrey Harris (ed.) *On Translating French Literature and Film*. 65-88. Amsterdam: Rodopi.

———. 1997. *Translation and Language*. Manchester: St Jerome. 1-900650-07-X.

Fédération Internationale des Traducteurs (FIT). 1995. *Profil professionnel des traducteurs et interprètes des pays membres de l'UE*.

Félix Fernández, Leandro y Ortega Arjonilla, Emilio (coords.). 1998. *II Estudios sobre Traducción e Interpretación. Actas de las II Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga*. Málaga: Universidad de Málaga y Diputación Provincial de Málaga.

Fernández de la Vega, Celestino. 1963. *O Segredo do Humor*. Vigo: Ediciones Faro de Vigo.

Fernández, Federico y Martínez Abadía José. 1999. "Valor informativo y expresivo de la banda sonora". *Vídeo Popular*, no. 80: 123-30.

Fernández Nistal, Purificación y Bravo Gozalo, José María (coords.). 1995. *Perspectivas de la traducción inglés/español*. Valladolid: ICE, Universidad de Valladolid.

Fernandez Nistal, Purificación y Bravo Gozalo José María (eds.). 1997. *Aproximaciones a los estudios de traducción*. Valladolid: Servicio de apoyo a la enseñanza, Universidad de Valladolid. 84-7762-756-8.

Ferreras, Iñaki. 2000. "La TV temática tendrá más telespectadores que la generalista". *TELE-Digital*: 7. 1138-6665.

Fiske, John & Hartley John. 1992. *Reading Television*. Londres: Routledge. 0-415-04291-7.

Fodor, Itsvan. 1976. *Film Dubbing: Phonetic, Semiotic, Aesthetic and Psychological Aspects*. Hamburgo: Buske Verlag.

Fontcuberta Gel, Joan. 1997. "Creatividad en la traducción audiovisual", en Purificación Fernández Nistal y José Mª Bravo Gozalo (eds.) *Aproximaciones a los estudios de traducción*. 217-30. Valladolid: Universidad de Valladolid.

Fowler, Roger. 1991. *Language in the News*. Londres: Routledge.

Franco Aixelá, Javier. 1995. "Specific Cultural Terms and their Translation, en Peter Jensen (ed.) *Translation and the manipulation of discourse. Selected papers on the CERA research seminars in translation studies 1992-1993*. 109-23. Lovaina: CETRA, The Leuven Research Center for Translation, Communication and Cultures.

Freud, Sigmund. 1988. *El chiste y su relación con lo inconsciente*. Barcelona: Ediciones Orbis. 84-402-0225-3.

Fry, William F. 1968. *Sweet Madness. A Study of Humor*. Palo Alto: Pacific Books Publishers. 0-87015-163-0.

Fry, William F. y Allen, Melanie. 1996. "Humour as a Creative Experience: The Development of a Hollywood Humorist", en Antony J. Chapman y Hugh C. Foot (eds.) *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications*. 245-58. Nueva York: Transaction Publishers.

Fuentes Luque, Adrián. 1996a. "Funcionalidad y fidelidad en la traducción de los títulos de las películas", en Leandro Félix y Emilio Ortega (eds.) *Estudios sobre Traducción e Interpretación*. 419-24. Málaga: CEDMA.

———. 1996b. "'The truth is out there': Satellite Television in TEFL". *GRETA* 4, no. 2: 65-70. 1133-1909.

———. 1997-1998. "La traducción de los títulos de películas y series de televisión". *Sendebar* 8-9: 107-114. 1130-5509.

———. 1998. "Humor, cine y traducción", en Leandro Félix y Emilio Ortega (eds.) *II Estudios sobre traducción e interpretación (Actas de las II Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga*. 665-672. Vol. II. Málaga: Diputación de Málaga.

———. (en prensa). "Consideraciones sobre las referencias culturales subordinadas", en

Raquel Merino et al. (eds.) *Actas del III Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales* Vitoria: Universidad del País Vasco.

———. (en prensa). "La traducción de referencias culturales subordinadas", *actas, EST Congress*, European Society of Translation Studies.

Gabriel, Jack. 1961. "Films: To Dub, or Dub - Two Views". *Theatre Arts*: 20-76.

Gaiba, Francesca. 1994. "La traduzione di alcuni aspetti umoristici nel doppiaggio cinematografico", en R. Baccolini et al. (eds.) *Il doppiaggio. Trasposizioni linguistiche e culturali.* 105-12. Bolonia: Editrice CLUEB.

Galassi, Gianni. 1994. "La norma traviata", en R. Baccolini et al. (eds.) *Il doppiaggio. Trasposizioni linguistiche e culturali.* 61-70. Bolonia: Editrice CLUEB.

Gambier, Yves. 1994. *Language Transfer and Audiovisual Communication. A Bibliography*. Turku: University of Turku. 951-29-0149-8.

———. 1997. "Communication audiovisuelle et traduction: perspectives et enjeux". *Parallèles*, no. 19: 79-86.

Gambier, Yves (ed.). 1996. *Les transfers linguistiques dans les médias audiovisuels*. París: Presses Universitaires du Septentrion. 2-85939-489-3.

———. 1998. *Translating for the Media*. Turku: University of Turku. 951-29-1100-0.

Gambier, Yves y Suomela-Salmi, Eija. 1994. "Subtitling: A Type of Transfer", en Federico Eguíluz et al. (eds.) *Actas del I Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción,* Vitoria: Universidad del País Vasco.

Gándara, Lelia. Agosto 1996. "A las palabras se las lleva el viento". *Idiomanía.* http://home.overnet.com.ar/idiomania/leliaag.htm.

Ganz-Blätter, Ursula. 1995. "Language Transfer as Cultural Transfer. Some Perspectives on National Practices of Synchronization", en Yves Gambier (ed.) *Communication audiovisuelle et transferts linguistiques (Actes)*, 3-4 Sint-Amandsberg: FIT-UNESCO.

García Massagué, Mónica. 1999. "La televisión que oyen los sordos". *Vídeo Popular*, no. 81: 45-46.

García Yebra, Valentín. 1983. *En torno a la traducción*. Madrid: Gredos. 84-249-0896-1.

Gautier, Gèrard-Louis. 1981. "La traduction au cinéma: nécessité et trahison". *La Révue Du Cinema*, no. 363: 101-18.

Genovese, M. A. 1987. *Politics and the Cinema: An Introduction to Political Films*. Needham Heights: Ginn Press. 0-536-05120-8.

Gentzler, Edwin. 1993. *Contemporary Translation Theories*. Londres: Routledge.

Gile, Daniel. 1995. *Notas del curso Metodología de la traducción de textos especializados* . Universidad de Granada.

Goris, Olivier. 1993. "The Question of French Dubbing: Towards a Frame for Systematic Investigation". *Target* 5, no. 2: 169-90.

Gottlieb, Henrik. 1992. "Subtitling- A New University Discipline", en Cay Dollerup y Anne Loddegaard (eds.) *Teaching Translation and Interpreting.* 161-70. Amsterdam: John Benjamins Publishing.

———. 1993. "Subtitling: Visual Interpreting", *Teaching Translation and Interpreting: Insights, Aims, Visions*, Elsinore.

———. 1995. "Establishing a Framework for a Typology of Subtitle Reading Strategies. Viewers reactions to deviations from subtitling standards". *Nouvelles de la FIT-FIT Newsletter* 15, no. 3-4: 388-409.

———. 1997a. "Quality Revisited: The Rendering of English Idioms in Danish Television Subtitles vs. Printed Translations", en Anna Trosborg (ed.) *Text Typology and Translation.* 309-38. Amsterdam: John Benjamins Publishing.

———. 1997b. "You Got the Picture? On the Polysemiotics of Subtitling Wordplay", en Dirk Delabastita (ed.) *Traductio. Essays on Punning and Translation.* 207-32. Manchester: St. Jerome Publishing.

Grice, H. P. 1975. "Logic and Conversation", en P. Cole y J.L. Morgan (eds.) *Syntax and Semantics: vol. 3. Speech Acts.* 41-58. Nueva York: New York Academic Press.

Grosman, Meta. 1994. "Cross-cultural awareness: focusing on otherness", en Cay Dollerup y Annette Lindegaard (eds.) *Teaching Translation and Interpreting 2. Insights, Aims, Visions* Amsterdam: John Benjamins.

Gruner, Charles R. 1996. "Wit and Humour in Mass Communication", en Antony J. Chapman y Hugh C. Foot (eds.) *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications.* 287-312. Nueva York: Transaction Publishers.

Grupo PACTE. (en prensa). "Procesos de aprendizaje y evaluación en la adquisición de la competencia traductora", *EST Congress*.

Guardini, Paola. 1998. "Decision-Making in Subtitling". *Perspectives: Studies in Translatology* 6, no. 1: 91-112.

Guijarro Morales, José Luis. 1997. "Traduttore, tradittore. ¡Anda ya!". *Pragmalingüística* 3-4: 9-26. 1133-682X.

Hall, Stuart ed. 1980. *Culture, Media, Language*. Londres: Routledge.

Hänninen, Anne. 1989. "A Pragmalinguistic Way of Looking at Humour", en Sonja Tirkkonen-Condit y Stephen Condit (eds.) *Empirical Studies in Translation and Linguistics.* 215-44. Joensuu: University of Joensuu.

Hart, Margaret. 1994. "Subtítulos o doblaje: ¿Cuál cumple mejor con el transvase

cultural?", en Federico Eguíluz et al. (eds.) *Actas del I Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción*Vitoria: Universidad del País Vasco.

Hatim, Basil. 1997. *Communication Across Cultures*. Exeter: University of Exeter Press. 0 85989 497 5.

Hatim, Basil y Mason, Ian. 1990. *Discourse and the Translator*. Londres: Longman. 0-582-02190-1.

Hatim, Basil y Mason, Ian. 1995. *Teoría de la traducción (Una aproximación al discurso)*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A. 84-344-8114-6.

———. 1997. *The Translator as Communicator*. Londres: Routledge. 0-415-11736-4.

Heiss, Christine. 2000. "Quanto è tedesco Mimì Metallurgico: qualità e strategie del doppiaggio in alcuni esempi di commedia all'italiana". *InTRAlinea* 3. http://citam01.lingue.unibo.it/intralinea/vol3/heiss2000.htm.

Hendrickx, Paul. 1982. "Partial Dubbing". *FIT Newsletter* 1, no. 4: 23-26.

———. 1984. "Partial Dubbing". *Meta* 29, no. 2: 217-18.

Herbst, Thomas. 1997. "Dubbing and the Dubbed Text - Style and Cohesion: Textual Characteristics of a Special Form of Translation", en Anna Trosborg (ed.) *Text Typology and Translation*. 289-307. Amsterdam: John Benjamins Publishing.

Hewson, Lance y Martin, Jacky. 1991. *Redefining Translation. The Variational Approach*. Londres: Routledge. 0-415-03787-5.

Hickey, Leo. 1996. *Aproximación pragmalingüística a la traducción del humor*. (Conferencia en la Facultad de Traducción e Interpretación de Granada).

Hochel, Braño. 1986. "Communicative Aspects of Translation for TV". *Nouvelles De La FIT* 5, no. 3: 151-57.

Hudon, Jean. 1991. "À la recherche du son perdu". *Circuit*, no. 33: 16-17.

Hurtado Albir, Amparo (ed.). 1994. *Estudis sobre la traducció*. Castellón: Universitat Jaume I. 84-8021-041-9.

Independent Television Commission. 1993. *ITC Guidance on Standards for Subtitling*. ITC.

Institut de Sociolingüística Catalana. 1990. *El repte (sòcio)lingüístic de l'Acta Única*. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.

Ivarsson, Jan. 1992. *Subtitling for the Media*. Estocolmo: Ljungöfs Offset AB. 91-971799-0-6.

———. 1995. "The History of Subtitles". *Nouvelles De La FIT-FIT Newsletter* 15, no. 3-4: 294-302.

Izard, Natalia. 1992. *La traducció cinematogràfica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. 84-393-1992-4.

Jääskeläinen, Riitta. 1998. "Think-aloud protocols", en Mona Baker (ed.) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. 265-9. Londres: Routledge.

Jänis, Marja y Priiki, Timo. 1989-1991. "User satisfaction with translated tourist brochures: the response of tourists from the Soviet Union to Russian translations of Finnish tourist brochures", en Clem Robyns (ed.) *Translation and the (Re)production of Culture. Selected papers of the CERA Research Seminars in Translation Studies 1989 - 1991*. 49-56. Lovaina: CETRA, The Leuven Research Center for Translation, Communication and Cultures.

Jean-Marie, Colette. 1991. "Le sous-titrage, un art méconnu". *Circuit*, no. 33: 2-3.

Kahane, Eduardo. 1990-1991. "Los doblajes cinematográficos: trucaje lingüístico y verosimilitud". *Parallèles* 12: 115-20.

Kaiser-Cooke, Michèle. 1994. "Translatorial expertise - a cross-cultural phenomenon from an inter-disciplinary perspective", en Mary Snell-Hornby, Franz Pöchhacker y Klaus Kaindl (eds.) *Translation Studies. An Interdiscipline*. 135-9. Amsterdam: John Benjamins.

Karamitroglou, Fotios. 1998. "A Proposed Set of Subtitling Standards in Europe". *Translation Journal* 2, no. 2 http://accurapid.com/journal/04stndrd.htm.

———. 1999. "Audiovisual Translation at the Dawn of the Digital Age: Prospects and Potentials". *Translation Journal* 3, no. 3 http://accurpaid.com/journal/09av.htm.

Katamba, Francis. 1994. *English Words*. Londres: Routledge. 0-415-10468-8.

Katan, David. 1999. *Translating Cultures. An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. Manchester: St. Jerome. 1-900650-14-2.

Kaufmann, Francine. 1998. "Aspects de la traduction audiovisuelle en Israël". *Meta* 43, no. 1: 130-141.

Kelly, Dorothy. 1997. *Prensa e identidad nacional: la imagen de España en la prensa británica*. Granada: Universidad de Granada (en microforma). 84-338-2353-1.

Kelly, Dorothy (ed.). 2000. *La traducción y la interpretación en España hoy: perspectivas profesionales*. Granada: Editorial Comares. 84-8444-041-9.

Kinga, Klaudy; Lambert, José, y Sóhar, Anikó (eds.). 1996. *Translation Studies in Hungary*. Budapest: Scholastica. 963 85281 2 5.

Kirkov, D. 1988. "Criteria for the appraisal of belles-lettres in translation". *Babel* 34, no. 4.

Korzenny, F. y Ting-Toomey S. 1992. *Mass Media Effects Across Cultures*. California: SAGE.

Kovačič, Irena. 1990. “Subtitling and Contemporary Linguistic Theories”, *Translation, a creative profession. Actas del XII Congreso Mundial de la FIT*Belgrado: FIT.

———. 1995. “Reception of Subtitles. The Non-existent Ideal Viewer”. *Nouvelles De La FIT-FIT Newsletter* 15, no. 3-4: 376-83.

La Polla, Franco. 1994. “Quel che si fa dopo mangiato: doppiaggio e contesto culturale”, en R. Baccolini et al. (eds.) *Il doppiaggio. Trasposizioni linguistiche e culturali.* 51-60. Bolonia: Editrice CLUEB.

———. 1994. “Voci vere e voci false”, en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio.* 126-36. Roma: AIDAC.

La Trecchia, Patrizia. 1998. “Dubbing: An Italian Case Study”. *Perspectives: Studies in Translatology* 6, no. 1: 113-24.

Lambert, J. y Delabastita, D. 1996. “La traduction de textes audiovisuelles: modes et enjeux culturels”, en Yves Gambier (ed.) *Les transferts linguistiques dans les médias audiovisuels.* 33-58. Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.

Lambert, José. 1990. “La sous-titrage et la question des traductions. Rapport sur une enquête”, en R. Arntz y G. Thome (eds.) *Übersetzungwissenschaft. Ergebnisse und Perspektiven. Festschirft für Wolfram Wills zum 65. Geburtstagt.* 228-38. Tübingen: Gunter Narr.

———. 1996. “Translation and/as Research for Societies”, en José Lambert, Anikó Sóhar y Kinga Klaudy (eds.) *Translation Studies in Hungary*. 11-25. Budapest: Scholastica.

Laroche, Jacques. 1989. “L'humour est-il traduisible? Des notes sur un exstrait de Babbitt”. *META (Número especial sobre “Humor and Translation”)* 34, no. 1: 15-19. 0026-0452.

Larose, Robert (ed.). 1988. *L'enseignement de la traduction au Canada. Numéro spécial de Meta vol 33 n°2*. Montreal.

Laurian, Anne-Marie. 1989. “Humour et traduction au contact des cultures”. *META (Número Especial Sobre “Humor and Translation”)* 34, no. 1: 5-14. 0026-0452.

Le Blanc, Benoît. 1991. “Voix simple, jeu double”. *Circuit*, no. 33: 3-5.

Leibold, Anne. 1989. “The Translation of Humour:Who Says It Can't be Done?”. *META (Número especial sobre “Humor and Translation”)* 34, no. 1: 109-11.

Lendvai, Endre. 1996. “Types of Untranslatable Jokes”, en José Lambert, Anikó Sóhar y Kinga Klaudy (eds.) *Translation Studies in Hungary*. 89-98. Budapest: Scholastica.

Leppihalme, Ritva. 1996. “Caught in the Frame. A Target-Culture Viewpoint on Allusive Wordplay”. *The Translator* 2, no. 2: 199-218.

———. 1997. *Culture Bumps. An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Clevedon: Multilingual Matters. 1-85359-373-7.

Llaler, Chama. 9 julio de 1995. "El cine para cinéfilos". *El País*: 8.

López García, Dámaso. 1991. *Sobre la imposibilidad de la traducción*. 9-58. Toledo: Ediciones Universidad Castilla-La Mancha.

Lozano, Wenceslao-Carlos, y Vázquez-Marruecos, José Luis (eds.). 1996. *Actas de las I Jornadas sobre Diseño Curricular del Traductor e Intérprete*. Granada: Universidad de Granada.

Luyken, Georg-Michael. 1987. "The future importance of translation / interpretation in European broadcasting", en Paul Nekemann (ed.) *Translation, our future. Actas del XI Congreso Mundial de la FIT*.

Luyken, Georg Michael et al. 1991. *Overcoming Language Barriers in Television*. Manchester: The European Institute for the Media. 0 948195 19 3.

Magalhaes, João. 1996. *Da traduçao profissional em Portugal*. Lisboa: Colibri.

Maggiore, Mariano. 1994. "Il doppiaggio verso l'Europa, l'Europa verso il doppiaggio", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio*. 62-66. Roma: AIDAC.

Malinowski, Bronislaw. 1939. "The Group and the Individual in Functional Analysis". *American Journal of Sociology* 44: 938-64.

———. 1954. *Magic, Science and Religion and Other Essays*. Nueva York: Doubleday.

Malm, J. 1983. "Translation for TV and how we do it in Sweden", en A. Kopczynski (ed.) *The Mission of the Translator, Today and Tomorrow (actas del IX Congreso Mundial de la FIT)*Varsovia: FIT.

Maraschio, Nicoletta. 1982. "L'italiano del doppiaggio", en AA.VV. *La lingua italiana in movimiento*. 137-58. Florencia: Accademia della Crusca.

Marcos Marín, Francisco A. 1994. "Las industrias del idioma". *Telos* , no. 41: 38-47.

Marleau, Lucien. 1982. "Les sous-titres...un mal nécessaire". *Meta* 27, no. 3: 271-85.

Martin, Anne. 1997. "Tratamiento de las referencias de carácter institucional del mundo de habla inglesa en la prensa española", tesis doctoral, Universidad de Granada.

Martin, Marcel. 1977. "Les voix du reve. Pour une réhabilitation du doublage". *Écran*, no. 63: 40-45.

Martín Villa, Laurentino. 1994. "Estudio de las diferentes fases del proceso de doblaje", en Federico Eguíluz et al. (eds.) *Actas del I Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción*Vitoria: Universidad del País Vasco.

Martínez Torres, A. 1994. *Diccionario de directores de cine*. Madrid: Alianza / Ediciones del Prado.

Marx Brothers. 1933. *Duck Soup*. Universal. 66 min., vídeo VHS, B/N (versión original en inglés con subtítulos en español).

Marx, Groucho. 1974. *Memoirs of a Mangy Lover*. Nueva York: Manor Books.

Marx, Groucho. 1983. *Las cartas de Groucho*. Barcelona: Editorial Anagrama. 84-339-1255-0.

———. 1995. *Groucho y yo*. Barcelona: Tusquets Editores. 84-7223-875-X.

Marx, Groucho & Annobile, Richard J. 1974. *The Marx Bros. Scrapbook*. Nueva York: Grosset & Dunlap, Inc. 0-448-11907-2.

Marx, Hermanos. 1933. *Sopa de ganso*. Universal. 66 minutos, vídeo VHS, B/N (versión doblada en español).

———. 1992. *Groucho & Chico, Abogados*. Barcelona: Tusquets Editores. 84-7223-108-9.

Mast, G. Cohen M. y Brandy L. 1992. *Film Theory and Criticism*. Oxford: Oxford University Press.

Mateo Martínez-Bartolomé, Marta. 1995. *La traducción del humor. Las comedias inglesas en español*. Oviedo: Universidad de Oviedo. 84-7468-870-1.

Matte, Gerard. 1995. "Cultural War and the Fate of Multicultural Comedy". *Australian Journal of Comedy* 1, no. 1 www.ozcomedy.com/journal/11matte.htm.

———. 1995. "How Can We Talk About Comedy". *Australian Journal of Comedy* 1, no. 1 www.ozcomedy.com/journal/11intro.htm.

Mayoral Asensio, Roberto. 1988-1989. "El lenguaje en el cine". *Claquette* 1, no. 1: 43-57.

———. 1993. "La traducción cinematográfica: el subtitulado". *Sendebar*, no. 4: 45-68.

———. 1994. "La explicitación de la información en la traducción intercultural", en Amparo Hurtado Albir (ed.) *Estudis sobre la traducció.* 73-96. Castellón: Universitat Jaume I.

———. 1995. "La traducción para doblaje de películas, traducción impura", en E. Mª. Iniesta Mena (ed.) *Perspectivas hispanas y rusas sobre la traducción (II seminario Hispano-Ruso de Traducción e Interpretación.* 115-25. Granada: número extraordinario de *Sendebar*.

———. (a, en prensa). "Campos de estudio y trabajo en traducción audiovisual", en Miguel Duro, (ed.) *Curso de traducción para el doblaje y la subtitulación (inglés-español).* Málaga: Cátedra.

———. (b, en prensa). "El espectador y la traducción audiovisual", *Actas de las V Jornadas sobre la traducción: La traducción audiovisual en el siglo XXI*. Castellón: Universitat Jaume I.

———. (c, en prensa). "Nuevas perspectivas para la traducción audiovisual", *Estudios de traducción o ensino universitario e realidade profesional*. Vigo: Universidad de Vigo.

Mayoral Asensio, Roberto; Kelly, Dorothy, y Gallardo San Salvador, Natividad. 1988. "Concept of constrained translation. Non-linguistic perspectives of Translation". *Meta* 33, no. 3: 356-67.

Mayoral, Roberto y Muñoz, Ricardo. 1997. "Estrategias comunicativas en la traducción intercultural", en Purificación Fernández Nistal y José Mª Bravo Gozalo (eds.) *Aproximaciones a los estudios de traducción*. 143-92. Valladolid: Universidad de Valladolid.

McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory. An Introduction (2ª ed.)*. Londres: Sage.

Menzies, Yolanda. 1991. "Traducción para televisión y cine". *Sendebar*, no. 2: 59-62.

Milner Davies, Jessica. 1996. "Taking Humour and Laughter Seriously". *Australian Journal of Comedy* 2, no. 1, www.ozcomedy.com/journal/21milner.htm.

Milosz, A. 1983. "Traduction et adaptation de textes filmiques destinés aux besoins de la cinématographie", en A. Kopczynski (ed.) *The Mission of the Translator, Today and Tomorrow. Actas del IX Congreso de la FIT*, Varsovia.

Minchinton, John. 1987. "Fitting Titles". *Sight and Sound* 56, no. 4: 279-82.

Ministerio de Cultura. 1986. *Encuesta de comportamiento cultural de los españoles*. Madrid: Ministerio de Cultura. 84-505-3097-0.

———. 1996. *Cultura en cifras*. Madrid: Ministerio de Cultura. 84-8181-085-1.

———. 1997. *Anexo de cultura en cifras*. Madrid: Ministerio de Cultura. 84-8181-172-6.

Moores, Shaun. 1993. *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. Londres: SAGE. 0-8039-8447-2.

Morillas, Esther y Arias, Juan Pablo (eds.). 1997. *El papel del traductor*. Salamanca: Ediciones Colegio de España. 84-86408-65-2.

Morin, Lucien. 1991. "Téléfilm Canada". *Circuit*, no. 33: 15-16.

Mounin, Georges. 1977. "Aspects sémiologiques du doublage de films". *Semiotica* 21, no. 3-4: 357-62.

Mulkay, M. 1988. *On Humour: Its Nature and its Place in Modern Society*. Cambridge: Polity Press.

Nae, Niculina. 1999. "Concept Translation in Meiji Japan". *Translation Journal* 3, no. 3 http://accurapid.com/journal/09xcult.htm.

Nash, Walter. 1985. *The Language of Humour. Style and technique in comic discourse*. Singapur: Longman. 0-582-29127-5.

Neale, Steve y Krutnik, Frank. 1995. *Popular Film and Television Comedy*. Nueva York: Routledge. 0-415-04692-0.

Nerhardt, Göran. 1996. "Incongruity and Funniness: Towards a New Descriptive Model", en Antony J. Chapman y Hugh C. Foot (eds.) *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications*. 55-62. Nueva York: Transaction Publishers.

Newmark, Peter. 1981. *Approaches to Translation*. Singapur: Prentice Hall. 0-13-043795-6.

———. 1987. *A Texbook of Translation*. Singapur: Prentice Hall. 0-13-912593-0.

———. 1991. *About Translation*. Clevedon: Multilingual Matters. 1-85359-117-3.

———. 1992. *Manual de traducción*. Madrid: Cátedra. 84-376-1062-1.

Nida, Eugene A. 1964. *Toward a Science of Translating. With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: Brill.

———. 1982. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: Brill (for United Bible Societies). 90 04 06550 4.

Nida, Eugene y Taber, Charles. 1986. *La traducción: teoría y práctica*. Madrid: Ediciones Cristiandad. 84-7057-397-7.

Nilsen, Don L. F. 1989. "Better than the Original: Humorous Translations that Succeed". *META (Número especial sobre "Humor and Translation")* 34, no. 1: 112-24. 0026-0452.

Nir, Raphael. 1984. "Linguistic and sociolinguistic problems in the translation of imported TV films in Israel". *The International Journal of the Sociology of Language*, no. 48: 81-97.

Nord, Christiane. 1991. *Text Analysis in Translation*. Amsterdam: Rodopi. 90-5183-311-3.

———. 1994a. "Las funciones comunicativas y su realización textual en la traducción". *Sendebar* 5: 85-103. 1130-5509.

———. 1994b. "Traduciendo funciones", en Amparo Hurtado Albir (ed.) *Estudis sobre la traducció*. 97-112. Castellón: Universitat Jaume I.

———. 1997a. "A Functional Typology of Translations", en Anna Trosborg (ed.) *Text Typology and Translation*. 43-66. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co.

Nord, Christiane. 1997b. *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist*

Approaches Explained. Manchester: St Jerome. 1 900650 020 9.

Opppenheim, A. N. 1992. *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. Nueva York: Pinter Publishers. 1-85567-043-7.

Ornstein-Galicia, Jacob L. 1989. "Linguistic Patterns and Devices in American Jewish Humorous Discourse". *META (Número especial sobre "Humor and Translation")* 34, no. 1: 125-27. 0026-0452.

Paolinelli, Mario. 1996. "Doppiaggio e circolazione delle opere audiovisive nell'era della comunicazione globale", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio.* 48-50. Roma: AIDAC.

Paquin, Robert. 1998a. "Translating for the Audio-Visual in a Bilingual Country", en Yves Gambier (ed.) *Translating for the Media (actas del Congreso Internacional Languages and the Media)*Turku: University of Turku.

———. 1998b. "Translator, Adapter, Screenwriter - Translating for the Audiovisual". *Translation Journal* 2, no. 3 http://accurapid.com/journal/05dubb.htm.

Paz Huguet, A. 1999. "La iconografía del DVD-vídeo". *Vídeo Popular*, no. 82: 80-90. 1133-7079.

Pennycook, Alastair. 1998. *English and the discourses of colonialism*. Londres: Routledge. 0-415-17848-7.

Picken, Catriona (ed.) 1989. *The Translator's Handbook* . Londres: Aslib.

Pineda Castillo, Francisco. 1992. "El doblaje de programas televisivos: traducción comunicativa vs. traducción semántica", *Actas de los IV Encuentros Complutenses en Torno a la Traducción* Universidad Complutense de Madrid.

———. 1994. "Retórica y comunicatividad en el doblaje y subtitulado de películas", *Actas del I Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción* Vitoria: Universidad del País Vasco.

———. 1996. "Sentido común y 'Shared Knowledge' en el Doblaje Cinematográfico", *Actas del II Congreso Internacional sobre Trasvases Culturales: Literatura, Cine y Traducción* Vitoria: Universidad del País Vasco.

———. 1997. "Ficción y Producción Cinematográfica: Estudio de Cuatro Novelas Vertidas al Cine", (tesis doctoral), Universidad de Granada.

Pitman, Stuart. 1993. *Media Studies*. Londres: Pitman Publishing.

Plotnik, Arthur. 1996. *The Elements of Expression*. Nueva York: Henry Holt and Co. 0-8050-3773-X.

Pommier, C. 1988. *Doublage et postsynchronisation*. París: Editions Dujarric.

Pönniö, Kaarina. 1995. “Voice over, narration et commentaire”. *Nouvelles De La FIT-FIT Newsletter* 15, no. 3-4: 303-7.

Poyatos, Fernando (ed.) 1997. *Nonverbal Communication and Translation*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. 90-272-1618-5.

Rabadán, Rosa. 1991. *Equivalencia y traducción. Problemática de la equivalencia translémica inglés-español*. León: Universidad de León. 84-7719-2545-5.

Raphaelson-West, Debra S. 1989. “On the Feasibility and Strategies of Translating Humor”. *META (Número especial sobre “Humor and Translation”)* 34, no. 1: 128-41. 0026-0452.

Raskin, Victor. 1985. *Semantic Mechanisms of Humor*. Doordrecht: D. Reidel Publishing Company. 90-277-1821-0.

Reid, H. 1983. “The Translator on the Screen”, en A. Kopczynski (ed.) *The Mission of the Translator, Today and Tomorrow. Actas del IX Congreso de la FIT*Varsovia: FIT.

———. 1987. “The Short History of Europa-TV “, en Paul Nekemann (ed.) *Translation, our future. Actas del XI Congreso Mundial de la FIT*.

Reid, Helene. 1978. “Sub-titling, the intelligent solution”, en Paul Horguelin (ed.) *Translating, a Profession (actas del VIII Congreso Mundial de la FIT)*Montreal: FIT.

———. 1987. “La sémiotique du sous-titrage: pourquoi on ne traduit pas ce qui est dit”. *Revue De L'UER. Programmes. Administration. Droit* 38, no. 6: 28-30.

Reiss, Katharina y Vermeer, Hans. 1996. *Fundamentos para una teoría funcional de la traducción*. Madrid: Akal Ediciones. 84-460-0474-7.

Robinson, Douglas. 1997a. *Becoming a Translator*. Londres: Routledge. 0-415-14860-X.

———. 1997b. *Translation and Empire*. Manchester: St. Jerome Publishing. 1-900650-08-8.

Robinson, Gail y Nemetz, L. 1988. *Cross-cultural Understanding*. Hemel Hempstead: Prentice Hall. 0-13-194663-3.

Rodríguez, Marcos y Álvarez, Sergio. 1998. “Dificultades técnicas y culturales del subtitulado”, en Leandro Félix y Emilio Ortega (eds.) *II Estudios sobre traducción e interpretación (Actas de las II Jornadas Internacionales de Traducción e Interpretación de la Universidad de Málaga.* 707-18. Vol. II. Málaga: Diputación de Málaga.

Romaguera i Ramió, Joaquim. 1991. *El lenguaje cinematográfico*. Madrid: Eds. de la Torre.

Ross, Alison. 1998. *The Language of Humour*. Londres: Routledge. 0-415-16912-7.

Rothbart, Mary K. 1996. "Incongruity, Problem-Solving and Laughter", en Antony J. Chapman y Hugh C. Foot (eds.) *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications*. 37-54. Nueva York: Transaction Publishers.

Rowe, Thomas L. 1960. "The English Dubbing Text". *Babel* 6, no. 3: 116-20.

Roy-Décarie, Matthieu. 1991. "Fantaisie technique en cinq mouvements". *Circuit*, no. 33: 7-10.

Santiago Araújo, Vera Lúcia. (en prensa). "A tradução de clichês nas versões dublada e legendada de "Uma babá quase perfeita" (manuscrito)", *Tradução, Interpretação e Cultura na Era da Globalização (Congresso Ibero-Americano de Tradução e Interpretação)* São Paulo: Faculdade Ibero-Americana.

Santos Pinto de Andrade, Mônica. (en prensa). "Tradução para legendagem: cinema versus TV (manuscrito)", *Tradução, Interpretação e Cultura na Era da Globalização (Congresso Ibero-Americano de Tradução e Interpretação)* São Paulo: Faculdade Ibero-Americana.

Santos, Y. y Campelo, S. [21 agosto 2000]. "La fox distingue el doblaje de "Los Simpson" como el mejor de Europa". *ABC* , www.abc.es.

Santoyo, J. C. 1994. "Traducción de cultura, traducción de civilización", en Amparo Hurtado (ed.) *Estudis sobre la traducció*. 141-52. Castellón: Universidad Jaume I.

Scandura, G. 199? "Film Translation. A Hybrid Between Transation and Interpretation", *Actas del XIII Congreso Mundial de la FIT*. 446-50. FIT.

Scandura, Gabriela. 1996. "What makes a good film translator?", *Actas del XIV Congreso Mundial de la FIT*. 360-365. Vol. 1. Melbourne: Australian Institute of Interpreters and Translators.

Scarpit, Robert. 1963. *L'humour*. París: Presses Univesitaires de France.

Scarponi, Alberto. 1996. "L'autore dialoghista", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio*. 51-54. Roma: AIDAC.

Segovia Martín, Raquel. 1997. "El supervisor lingüístico en televisión", en Miguel Ángel Vega Cernuda y Rafael Martín-Gaitero (eds.) *La palabra vertida. Investigaciones en torno a la traducción*. 753-8. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

———. 1998. "Lenguaje verbal y lenguaje corporal (algunos argumentos a favor de las versiones originales subtituladas)", en Carmen Valero Garcés e Isabel de la Cruz Cabanillas (eds.) *Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción*. 113-22. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá.

Séguinot, Candace. 1989. "The translation process: an experimental study", en Candace

Séguinot (ed.) *The Translation Process*. Toronto: HG Publications.

Shultz, Thomas R. 1996. "A Cognitive-Developmental Analysis of Humour", en Antony J. Chapman y Huch C. Foot (eds.) *Humor and Laughter. Theory, Research and Applications*. 11-36. Nueva York: Transaction Publishers.

Shuttleworth, Mark. 1997. *Dictionary of Translation Studies*. Manchester: St Jerome. 1 900650 03 7.

Siegel, Sidney. 1990. *Estadística no paramétrica aplicada a las ciencias de la conducta*. México: Editorial Trillas.

Silbermann, Alphons. 1967. "Le phénomène d'aliénation des films par la synchronisation", *Littérature et Société. Problèmes de méthodologie et sociologie de la littérature*. 97-110. Bruxelles: Institut de Sociologie de l'Université Libre de Bruxelles.

Singer, Marshall. 1999. "Perception and Identity in Intercultural Communication". *The Edge: The E-Journal of Intercultural Relations* 2, no. 1 http://kumo.swcp.com/biz/theedge/percep.htm.

Skuncke, M. F. 1983. "Nouvelles perspectives de developpement de l'intérpretation, intérpretation à la télévision et la radio, intérpretation à distance", en A. Kopczynski (ed.) *The Mission of the Translator, Today and Tomorrow (actas del IX Congreso Mundial de la FIT)*. 304-95. Varsovia: FIT.

Snell-Hornby, Mary. 1988. *Translation Studies, an Integrated Approach*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. 90 272 2060 3.

———. 1997. "Written to be Spoken: The Audio-Medial Text in Translation", en Anna Trosborg (ed.) *Text Typology and Translation*. 277-89. Amsterdam: John Benjamins Publishing.

Snell-Hornby, Mary, Franz Pöchhacker, and Klaus eds. Kaindl. 1994. *Translation Studies. An Interdiscipline*. Amsterdam: John Benjamins. 90 272 2141 3.

Sociedad General de Autores y Editores. 1999. *Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 1999*. Madrid: Fundación Autor. 84-8048-302-4.

Sociedad General de Autores y Editores. [febrero 2000]. "*Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural de la sociedad española*.". www.sgae.es/page3705.htm.

Staveacre, Tony. 1987. *Slapstick! The Illustrated Story*. Singapur: Angus & Robertson Publishers. 0-207-15493-7.

Steiner, George. 1981. *Después de Babel*. Madrid: Fondo de Cultura Económica. 84-375-0199-7.

Sypher, Wylie (ed.) 1994. *Comedy*. Baltimore: John Hopkins University Press. 0-8018-2327-7.

Televisió de Catalunya. 1997. *Criteris linguistics sobre traducció i doblatge*. Barcelona:

Edicions 62. 84-297-4228-X.

Televisió de Catalunya, S. A. (199?). *Criterios de subtitulación para el proyecto GALEUSCA*. Barcelona: Televisió de Catalunya, S.A.

———. 1993. *Subtitulació per a persones sordes de programes enregistrats*. Barcelona: Televisió de Catalunya, S.A.

The Economist. 1997. "You think that's funny?" Londres: The Economist. www.economist.com/editorial/freeforall/20-12-97/xm0005.html.

Tiersma, Peter Meijes. 1985. *Language-based Humor in the Marx Brothers Films*. Bloomington: Indiana University.

Tirkonnen-Condit, Sonja (ed.) 1991. *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. Tubinga: Narr. 3-8233-4075-1.

Titford, C. 1982. "Sub-Titling - Constrained Translation". *Lebende Sprachen* 27, no. 3: 113-16. 0023-9909.

Titos, F. J. 1999. "Forges asegura que el ingenio es la principal arma del humorista para eludir la censura". *El País*, 8 de septiembre de 1999, pág. 10, suplemento de Andalucía

Torres Sánchez, M. A. 1999. "Teorías lingüísticas del humor verbal". *Pragmalingüística* 5-6: 435-48. 1133-682X.

Toury, Gideon. 1991. "Experimentation in Translation Studies: Achievements, Prospects and Some Pitfalls", en Sonja Tirkkonen-Condit (ed.) *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies*. 45-66. Tubinga: Narr.

———. 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam: John Benjamins.

———. 1997. "What Is It That Renders a Spoonerism (Un)translatable?", en Dirk Delabastita (ed.) *Traductio. Essays on Punning and Translation*. 271-91. Manchester: St. Jerome Publishing.

Traductores de guiones. 1999-2000. Lista de correo y grupo de debate. http://www.egroups.com/trag

Traversi, Marisa. 1994. "Doppiaggio come traduzione e/o doppiaggio creativo", en Eleonora di Fortunato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio*. 145-49. Roma: AIDAC.

Turabian, Kate L. 1996. *A Manual for Writers of Term Papers, Theses, and Dissertations*, Chicago: University of Chicago Press. 0-226-81627-3.

Turner, Graeme. 1996. *British Cultural Studies. An Introduction*. Londres: Routledge.

UNESCO. 1976. *Recomendación sobre la protección y mejora del estatus social y jurídico de las traducciones y los traductores* en Picken, 1989.

Valente, Doriana. 1994. "Messaggio", en Eleonora di Fortnuato y Mario Paolinelli (eds.) *Barriere linguistiche e circolazione delle opere audiovisive: La questione Doppiaggio*. 107-8. Roma: AIDAC.

Valero Garcés, Carmen y de la Cruz Cabanillas, Isabel (eds.) 1998. *Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción*. Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá. 84-8138-262-0.

Van Slype, Georges et al. 1983. *Better Translation for Better Communication. A survey of the translation market, present and future, prepared for the Commission of the European Communities, Directorate-General Information, Market and Innovation*. Oxford: Pergamon. 0-08-030534-2.

Vargas Llosa, Mario. 20-5-2000. "Las culturas y la globalización". *El País*: 13-14. Madrid: PRISA.

Vasconcellos, Muriel. 1986. "A Functional Model of Translation: Humor as the Case in Point". *Babel* 32, no. 3: 134-45.

Vázquez- Ayora, Gerardo. 1977. *Introducción a la traductología. Curso básico de traducción*. Washington: Georgetown University. 0-87840-167-9.

Vega Cernuda, Miguel Ángel y Martín-Gaitero, Rafael (eds.). 1997. *La palabra vertida. Investigaciones en torno a la traducción*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. 84-7923-112-2.

Veisbergs, Andrejs. 1997. "The Contextual Use of Idioms, Wordplay, and Translation", en Dirk Delabastita (ed.) *Traductio. Essays on Punning and Translation*. 155-76. Manchester: St. Jerome Publishing.

Villalba, José. 18 enero 1999. "Loja según los Marx". *Ideal*, p. 16.

Vöge, Hans. 1977. "The Translation of Films: Sub-Titling Versus Dubbing". *Babel* 23, no. 3: 120-125.

Von Flotow, Luise. 1997a. "Mutual Pun-ishment? Translating Radical Feminist Wordplay", en Dirk Delabastita (ed.) *Traductio. Essays on Punning and Translation*. 45-66. Manchester: St. Jerome Publishing.

———. 1997b. *Translation and Gender*. Manchester: St. Jerome Publishing - University of Ottawa Press. 1-900650-05-3.

Wald, Miguel. 1992. "Cine, mentiras y traducción". *Idiomanía*, no. 1: 22-24.

Whitman-Linsen, Candace. 1992. *Through the Dubbing Glass*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag. 3-631-44751-5.

Witte, Heidrun. 1995. "Contrastive cultural learning in translator training", en Cay Dollerup, and Vibeke Appel (eds.) *Teaching Translation and Interpreting 3*.

New Horizons. 73-80. Amsterdam: John Benjamins.

Wolf, Michaela. 1996. "Reading "Other" Cultures: The Dilemma of the Cultural Translator", *Actas del XIV Congreso Mundial de la FIT*. 282-88. Vol. 1. Melbourne: Australian Institute of Interpreters and Translators.

Zabalbeascoa i Terrán, Patrick. 1993. "Developing Translation Studies to Better Account for Audiovisual Texts and other New Forms of Text Production (with special attention to the TV3 version of *Yes, Minister*)", tesis doctoral, Universidad de Lérida.

Zabalbeascoa, Patrick. 1994. "Factors in Dubbing Television Comedy". *Perspectives: Studies in Translatology* 2, no. 1: 89-99.

———. 1996. "Translating Jokes for Dubbed Television Situation Comedies". *The Translator* 2, no. 2: 235-57. 1355-6509.

———. 1997. "Dubbing and the nonverbal dimension of translation", en Fernando Poyatos (ed.) *Nonverbal Communication and Translation*. 327-47. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.