



ULPGC

**Universidad de
Las Palmas de
Gran Canaria**

**Facultad de
Traducción e Interpretación**



Grado en Traducción e Interpretación Inglés-Alemán

Curso 2020-2021

La representación de la cultura en el falso documental.

**Estudio sobre la traducción de referencias culturales
extralingüísticas en la serie *Paquita Salas***

Autor: Jesús Hernández Mesa

Tutora: María de Gracia Piñero Piñero

AGRADECIMIENTOS

Tal y como ocurre con todo en esta vida, nada de lo que creamos tiene su origen en una sola persona. Absolutamente todo lo que constituye nuestro mundo es el resultado de la confluencia de distintas circunstancias e ideas de mentes diversas. Nos debemos a los cuidados y enseñanzas de los que, antes que nosotros, anduvieron —y, afortunadamente, aún andan— por el mundo y, con dedicación, quisieron compartir con nosotros aquello que estimaron valioso. Es por ello por lo que me gustaría agradecer a aquellos que, de manera más directa, han contribuido en la creación de este trabajo.

En primer lugar, me gustaría agradecer a mi familia, especialmente a mis padres; a ellos les debo la oportunidad de poder estudiar. Mis logros académicos son tan suyos como míos, ya que solo gracias a su sacrificio y trabajo he tenido el privilegio de poder formarme y presentar este trabajo.

En segundo lugar, no puedo dejar de agradecer a Gracia Piñero por su excelente labor como tutora y docente. Me siento muy afortunado de poder haber sido beneficiario de sus enseñanzas, consejos y ánimos a lo largo de estos meses. Su dedicación me ha servido para sacar adelante este trabajo lo mejor que he podido, y su profesionalidad —al igual que la de otras muchas profesoras de esta facultad a las que admiro— me ha inspirado para esforzarme y aspirar a ser un profesional a la altura de todas ellas.

A todos ellos, gracias por haberme concedido el regalo más valioso que puede haber en esta vida: la formación.

RESUMEN

Este trabajo analiza un aspecto esencial de la actividad traductora, como es el trasvase de las referencias culturales, que tradicionalmente manifiestan mayor resistencia a su traslado a otras lenguas. Se trata este de un factor clave para construir la ficción verosímil que caracteriza a los falsos documentales, lo cual exige del traductor el uso de determinadas estrategias capaces de producir en la audiencia receptora un efecto similar al que estas referencias provocan en la audiencia española. En este trabajo analizaremos los factores que afectan a esta toma de decisiones del traductor y las estrategias de traducción para subtítulo más empleadas en cada situación comunicativa, según la clasificación propuesta por Jan Pedersen en su artículo *How is Culture Rendered in Subtitles*.

Palabras clave: referencia cultural extralingüística (RCE), culturema, realia, falso documental, traducción audiovisual, subtítulo, cultura.

ABSTRACT

This study analyses a key aspect of the translation process, namely, the translation of cultural references, which traditionally show resistance to their rendition in other languages. These references are essential for the creation of the characteristic realistic fiction found in fake documentaries, which requires that translators use certain strategies in order to exert a similar effect in the target audience to the one that the Spanish audience would experience. In this study, we will analyse the factors that affect the translator's decision-making process and try to determine which are the most frequently used translation strategies in each communicative situation, following the model provided by Jan Pedersen in the article «How is Culture Rendered in Subtitles».

Key words: extralinguistic culture-bound reference (ECR), cultureme, realia, fake documentary, mockumentary, audiovisual translation, subtitling, culture.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO TEÓRICO	3
2.1. El papel de la cultura en la traducción.....	3
2.2. Principales dificultades de la traducción audiovisual para subtitulado	7
2.3. El falso documental y su traducción.....	9
2.4. Las referencias culturales extralingüísticas (RCE).....	14
3. ESTUDIO EMPÍRICO. LA TRADUCCIÓN DE LAS RCE EN PAQUITA SALAS.....	17
3.1. Objetivos.....	18
3.2. Corpus.....	19
3.3. Metodología.....	21
3.3.1. Consideraciones sobre los niveles de la cultura	21
3.3.2. Modelos de clasificación de estrategias de traducción	22
3.3.3. El modelo de Pedersen	23
3.4. Análisis de la traducción de las RCE en <i>Paquita Salas</i>	28
3.4.1. Análisis según la lengua meta	28
3.4.2. Análisis según la lengua meta y el campo semántico de las RCE.....	30
3.4.2.1. <i>Gastronomía</i>	30
3.4.2.2. <i>Toponimia</i>	31
3.4.2.3. <i>Celebridades</i>	32
3.4.2.4. <i>Productos audiovisuales</i>	34
3.4.2.5. <i>Eventos y premios de cine</i>	35
3.4.2.6. <i>Nombres comerciales y de instituciones</i>	36
4. CONCLUSIONES.....	37
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
Índice de figuras y gráficas	44

Listado de abreviaturas	44
Anexo I. Traducción de RCE al inglés.....	45
Anexo II. Traducción de RCE al alemán	50
Anexo III. Traducción de RCE al italiano	55

1. INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo globalizado. La producción audiovisual no para de crecer y cada vez surgen más portales de visionado de contenido audiovisual en internet. Nunca antes habíamos sido testigos de un contacto entre culturas tan democratizado, ni habíamos tenido acceso a tanto material audiovisual de otros países.

En este contexto, es innegable que el éxito de este contenido audiovisual fuera de los países en los que ha sido producido depende en gran medida de la labor del traductor. El panorama actual demanda que los estudios sobre traducción audiovisual respondan a las exigencias del mercado, especialmente en tiempos en los que la inmediatez es la norma. Los plazos de entrega en el mercado de la traducción audiovisual se han venido acortando cada vez más, y por ello es más necesario que nunca acelerar el proceso de toma de decisiones mediante un conocimiento exhaustivo sobre los mecanismos de elección de las estrategias de traducción.

Para tratar de contribuir a arrojar un poco de luz sobre este proceso, nuestro trabajo estudiará la traducción de las referencias culturales extralingüísticas (RCE) en el subtítulo de los falsos documentales. Entendemos estas RCE en el sentido en que lo hace Pedersen (2005: 2), quien las define como alusiones a entidades o procesos culturales que existen más allá del código lingüístico. No caben, por tanto, en esta definición, las referencias puramente intralingüísticas, tales como modismos, frases hechas o proverbios.

El trasvase de este tipo de referencias culturales a otras lenguas suele suponer un desafío para el traductor, ya que estas expresiones evocan un conocimiento cultural previo que se presupone en el receptor del texto original y que, sin embargo, no se puede dar por sentado de igual forma en el receptor del texto meta. En el caso del subtítulo de series de comedia, a este desafío se le suman otras variables que hacen la labor del traductor aún más compleja.

En este sentido, el trabajo que presentamos examinará la toma de decisiones llevada a cabo por traductores de distintas lenguas al enfrentarse a las mismas referencias culturales. En concreto, se analizarán las traducciones al inglés, al alemán y al italiano de la primera temporada de la serie de comedia *Paquita Salas*, perteneciente al género del falso documental.

Las particularidades de este género audiovisual tienen una importancia clave en la toma de decisiones de traducción, ya que el uso de referencias culturales en estos formatos provoca en el receptor una respuesta muy característica que irremediablemente determinará la elección de una u otra estrategia para su trasvase a otras lenguas.

Teniendo todo ello en cuenta, en este estudio pretendemos responder a cuatro cuestiones:

1. ¿Qué estrategias de traducción de RCE predominan en la serie *Paquita Salas*?
2. ¿Qué particularidades del falso documental afectan a la elección de dichas estrategias?
3. ¿Existen diferencias significativas entre las estrategias escogidas para los espectadores de habla inglesa, alemana e italiana?
4. ¿Se utilizan estrategias de traducción diferentes dependiendo de a qué campo semántico pertenezcan las RCE?

Al responder estas cuestiones, perseguimos los siguientes objetivos:

1. Conocer qué estrategias de traducción de RCE son las más empleadas en la traducción para subtítulo del falso documental.
2. Indagar sobre las razones que llevan al traductor de falsos documentales a usar cada estrategia en cada caso.
3. Observar si la elección de estas estrategias depende de la cultura de origen del receptor meta.
4. Investigar si existe alguna relación entre la estrategia de traducción seleccionada y el campo semántico al que pertenecen las RCE.

Para alcanzar estos objetivos desarrollaremos, en primer lugar, un marco teórico que delimite los conceptos esenciales que es preciso manejar en este trabajo. Comenzaremos con una revisión teórica sobre el papel de la cultura en la traducción y sobre la traducción audiovisual para subtítulo; seguidamente, especificaremos los rasgos distintivos del género audiovisual al que pertenece la obra objeto de análisis con el fin de observar qué peculiaridades tienen mayor trascendencia para la traducción de RCE; por último, analizaremos el concepto de RCE atendiendo a la descripción que nos ofrece Pedersen (2005), así como a la clasificación de estrategias que este autor propone para la traducción de estas referencias en su artículo «How is Culture Rendered in Subtitles» (2005).

En segundo lugar, elaboraremos un corpus de las RCE que aparecen en la primera temporada de la serie *Paquita Salas*. En él recogeremos las propuestas de traducción en inglés, alemán e italiano y analizaremos las estrategias que han seguido los traductores en cada caso, según la citada clasificación de Pedersen. A través del análisis de este corpus observaremos cuáles son las estrategias más utilizadas en cada caso y por qué lo son, y examinaremos las posibles diferencias o similitudes que se observen entre las traducciones a estos tres idiomas.

Seguidamente, presentaremos los resultados obtenidos del análisis y los contrastaremos con las hipótesis planteadas en este capítulo introductorio. Para terminar, expondremos las conclusiones a las que hemos llegado tras realizar este trabajo y dedicaremos un último capítulo a la recopilación de las referencias bibliográficas utilizadas como base para el desarrollo de este trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

Tal y como hemos adelantado en la introducción, en este capítulo abordaremos los conceptos teóricos básicos que constituirán los cimientos para la elaboración de este trabajo. Desde lo más general hacia lo más concreto, comenzaremos analizando el papel de la cultura en la traducción, para proseguir con una revisión de las características de la traducción para subtítulo.

A continuación, dedicaremos un apartado al análisis de las peculiaridades del género del falso documental con el fin de entender mejor el proceso de toma de decisiones del traductor de este tipo de contenido audiovisual. Concluiremos este capítulo con una revisión teórica del concepto de referencia cultural extralingüística, que nos servirá más adelante para la elaboración del corpus.

2.1. EL PAPEL DE LA CULTURA EN LA TRADUCCIÓN

«La traducción no es una transcodificación de un texto origen en una lengua meta». Con esta afirmación, Hans Vermeer (1992a: 45) nos recuerda que la traducción no es un proceso puramente lingüístico, sino también un proceso cultural: el traductor es un mediador entre dos culturas, no únicamente entre dos lenguas.

Pero ¿qué entendemos por cultura? Para muchos, la palabra *cultura* se circunscribe a lo que el *Diccionario de la Lengua Española* define en la acepción número dos de este lema: ‘Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico’

(RAE 2020). Sin embargo, para los antropólogos, la cultura abarca mucho más. Ya en 1871, el antropólogo inglés Tylor (Tylor 1903: 1) definió este concepto como reza a continuación:

Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society.

Si nos acercamos al campo de la traductología, observamos que Vermeer (1992b: 31) parte de una definición de cultura muy similar a la de Tylor, formulada en este caso por Göhring (1978: 10; traducción de Nord 1997: 33):

Culture is whatever one has to know, master or feel in order to judge whether or not a particular form of behaviour shown by members of a community in their various roles conforms to general expectations, and in order to behave in this community in accordance with general expectations unless one is prepared to bear the consequences of unaccepted behaviour.

Como vemos, la cultura no se reduce al conocimiento académico y al gusto por las bellas artes. Estas definiciones de Tylor y Göhring nos acercan más al concepto holístico de cultura vigente en la actualidad; un concepto que abarca también todo aquello que está relacionado con el día a día de las personas, lo que se conoce como *cultura popular* (Kottak 2011: 34).

Así pues, Kottak entiende que la cultura no solo hace referencia al conocimiento sobre los grandes literatos y personajes históricos de una nación, sino que incluye también a personajes públicos de televisión, las series y películas populares, las comidas que se consumen en el día a día, marcas reconocidas y un largo etcétera de realidades que están presentes en el imaginario popular de una sociedad concreta.

Por lo tanto, desde el punto de vista de la antropología actual, conocer la cultura española no es solo conocer a Cervantes o a Alfonso X, sino también a Belén Esteban¹, a Karlos Arguiñano² o a la Veneno³; saber qué es *Pasapalabra*⁴ o *Cuéntame cómo pasó*⁵. Esto es especialmente importante para los traductores audiovisuales, ya que no es inusual encontrar referencias a realidades de la cultura popular en los medios audiovisuales, especialmente para hacer humor o guiños a la audiencia. Es, por tanto, clave que el traductor entienda que su formación en la cultura meta va más allá de conocer la historia

¹ Personaje mediático de la televisión española famoso por su participación en programas de prensa rosa.

² Cocinero español conocido por presentar numerosos programas de cocina desde la década de los noventa hasta ahora.

³ Personaje mediático que se popularizó en la década de los noventa por su participación en programas de entretenimiento.

⁴ Concurso de televisión que se emite en España desde el año 2000.

⁵ Serie de televisión ambientada, en sus inicios, en la España de finales del franquismo que lleva en antena desde el año 2001.

y las instituciones de dicha cultura. Además, desde este mismo punto de vista, la cultura española no solo abarca elementos culturales nacidos en España, sino también otros originarios de terceros países, pero que se han asentado en la vida cotidiana de los españoles. En este sentido, la paella es tan propia de la cultura española como las hamburguesas o la lasaña.

No obstante, no debemos entender la cultura como un ente único u homogéneo. Dentro de una comunidad social dada, se puede desagregar la cultura en diferentes niveles. Concretamente, Vermeer (1992b: 32) diferencia tres: la paracultura, la diacultura y la idiocultura. La paracultura es el nivel superior y se refiere a la cultura que comparte una comunidad social en su aspecto más amplio. Aunque suele identificarse con la cultura a nivel nacional, no necesariamente se limita a ella, ya que, dependiendo de qué estamos comparando, puede referirse a culturas tanto a nivel supranacional como regional (Witte 2005: 43). La diacultura, en cambio, hace referencia a la cultura de un subgrupo de dicha comunidad social dada. Se trata de aquellos elementos culturales compartidos por una comunidad determinada, como es el caso, por ejemplo, de los especialistas en una rama de conocimiento concreta, como podrían ser los juristas. Por último, el término *idiocultura* se refiere a la cultura de un individuo en particular (Vermeer 1992b: 32).

Una vez explicitadas estas cuestiones, nos planteamos la siguiente pregunta: ¿por qué es tan importante el estudio de la cultura en la traducción? Nord (1997: 34) nos dice que traducir implica comparar culturas. También Vermeer (1992a: 40) comparte esta idea al afirmar que la traducción no es solo un fenómeno lingüístico, sino que es, sobre todo, un proceso cultural, ya que el contacto entre distintas culturas es una condición *sine qua non* para que tal traducción tenga lugar.

Asimismo, tal y como explica Witte (2008: 98-99), el ser humano entiende la cultura ajena desde el punto de vista de su cultura de origen. Cuando nos encontramos con un elemento cultural ajeno, lo interpretamos a partir de nuestras experiencias previas y lo comparamos con nuestra cultura primaria para darle significado. Por esta razón, el traductor debe ser consciente de todos los procesos que subyacen a la traslación de estos elementos a otras culturas, ya que, de no hacerlo, puede causar un efecto no deseado en el receptor meta.

Por lo tanto, el traductor profesional debe tener siempre en mente que está trabajando como intermediario entre varias culturas y actuar en consecuencia. Para ello, necesita una

serie de herramientas conceptuales que lo ayuden a tomar decisiones traductológicas que lo conduzcan a las soluciones más idóneas en cada caso.

A estos efectos, la diferenciación por niveles de la cultura que hace Vermeer tiene una importancia crucial para el traductor, puesto que este debe identificar si un elemento cultural en un texto origen (TO) pertenece a una idiocultura concreta, a una diacultura de un grupo específico o si, por el contrario, pertenece a la paracultura de un grupo social dado. Una vez resuelta esta cuestión, el traductor debe valorar si el RM entiende esa referencia cultural y actuar en consecuencia.

¿Pero cuál es la solución idónea en cada caso? ¿Qué implica actuar en consecuencia? No existe una solución universal; el traductor deberá valorar todas las variables que entran en juego y, posteriormente, tomar la decisión que sea más conveniente. A veces, una solución extranjerizante que mantenga la referencia cultural intacta es lo más adecuado. En otras ocasiones, lo mejor es sustituir o generalizar esa referencia.

Esto último puede suponer un dilema para muchos, ya que se puede percibir como una traición a la obra original. Y es que, como bien expone Witte (2008: 45), la traductología tradicional ha idealizado la imagen del traductor invisible como algo positivo; una imagen de traductor sumiso al TO y al autor original, cuya labor debería ser imperceptible. Sin embargo, la teoría funcionalista general de la traslación (TFG) ha desenmascarado esta idea no fundamentada y ha puesto en valor la competencia profesional del traductor como experto en comunicación intercultural, que no solo puede, sino que debe tomar decisiones con la vista puesta más en el receptor meta (RM) que en el autor original (Witte 2008: 46).

La TFG destaca la responsabilidad profesional del traductor, y lo dota de capacidad plena para decidir las características del texto meta (TM) (Witte 2005: 38). Esto quiere decir que es el traductor mismo, como experto, quien fija el escopo de la traducción, y es este el único que está capacitado, gracias a su competencia cultural, para tomar las decisiones que afecten a la traslación de todos aquellos elementos de la cultura de origen que aparezcan en el TO:

Corresponde al traductor, en su función de experto intercultural, anticipar, prevenir y, en su caso, contrarrestar posibles malentendidos o malas interpretaciones, resultado frecuente de la mutua falta de conocimientos culturales de los interactantes (Witte 2005: 48).

En resumen, la solución idónea en cada caso será aquella que el traductor considere tras valorar todas las variables que entran en juego. No existe una receta infalible que se pueda aplicar a todos los casos, sino que cada una de las dificultades traductológicas que emanen

de la diferencia entre culturas deberá plantearse individualmente, teniendo en cuenta no solo el TO y el receptor original, sino también y, sobre todo, al RM y su cultura.

En este sentido, en el capítulo siguiente observaremos, desde el punto de vista de la TFG, el tratamiento que han hecho los traductores de las referencias a la cultura española en la serie *Paquita Salas*. Estudiaremos las soluciones a las que han llegado como consecuencia de una toma de decisiones consciente y veremos si responden a la necesidad de adaptación del TO al receptor de la cultura meta.

2.2. PRINCIPALES DIFICULTADES DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA SUBTITULADO

Antes de comenzar a analizar la traducción de las RCE en *Paquita Salas*, debemos delimitar qué es la traducción audiovisual (TAV) y, más concretamente, qué es el subtítulo. Chiaro (2013: 290) define la traducción audiovisual de la siguiente manera:

Audiovisual translation (AVT) is the term used to refer to the transfer from one language to another of the verbal components contained in audiovisual works and products. Feature films, television programs, theatrical plays, musicals, opera, Web pages, and video games are just some examples of the vast array of audiovisual products available and that require translation. As the word suggests, audiovisuals are made to be both heard (audio) and seen (visual) simultaneously, but they are primarily meant to be seen.

Según Mayoral Asensio (2001: 20), los inicios de la TAV se encuentran en la traducción cinematográfica, pero no fue hasta la incorporación de la traducción para televisión y vídeo cuando nació el concepto de *traducción audiovisual*. Este autor señala diferentes modalidades de TAV, entre ellas, el doblaje, el subtítulo, las voces superpuestas, la traducción simultánea, la narración y el *half-dubbing*.

De acuerdo con Bernal Merino (2018: 44), la subtítulo «consiste en la incorporación de dos o tres líneas de texto, ubicadas normalmente bajo las imágenes, en las que se traduce [sic] sintéticamente los diálogos de la película, los cuales se escuchan en su versión original». De esta definición se desprenden tres de las dificultades principales de esta modalidad de traducción: la simultaneidad de las imágenes y el texto traducido; la simultaneidad del sonido original y el texto traducido; y la síntesis.

En primer lugar, el hecho de que las imágenes aparezcan a la vez que el texto traducido obliga al traductor a subordinar su TM a las imágenes (Bernal Merino 2018: 45). Esta característica es común a todos los encargos de TAV, pero no suele ser una dificultad en otros tipos de traducción, como en la literaria, por ejemplo, en la que el traductor tiene

mayor rango de actuación a la hora de adaptar determinados aspectos cuya traducción literal no funciona con el RM.

Pensemos, por ejemplo, en un diálogo en el que un personaje dice a otro *¡Tienes que comer más gofio⁶!*, con la intención de hacer ver a su interlocutor que es una persona físicamente débil. En un texto sin imágenes, el traductor podría optar por obviar el elemento cultural y trasladar simplemente la intención del mensaje con un simple *Te falta fuerza*, o *Eres un debilucho*. Sin embargo, en un encargo de subtítulo, si se hace una referencia clara al gofio en la pantalla, el traductor no podrá obviarlo tan fácilmente como en el caso anterior.

Lo mismo ocurre con la segunda dificultad que identificamos en la definición de Bernal Merino (2018: 44): la simultaneidad de sonido y texto traducido. A menudo, los productos audiovisuales transmiten información por el canal auditivo que puede condicionar la toma de decisiones del traductor. La aparición de una canción, un llanto, un sonido ambiental —como un ladrido o un graznido— o el simple tono de voz de uno de los personajes aportan información al espectador que el traductor no puede desoír a la hora de subtítular.

Por último, la síntesis es otra de las dificultades que caracterizan la traducción para subtítulo. La velocidad de lectura del espectador medio no permite, por norma general, reproducir todos los detalles del mensaje al mismo tiempo que se pronuncia, por lo que, en muchas ocasiones, el traductor se ve obligado a sintetizar el mensaje para que quepa en pantalla. Asimismo, si bien en otro tipo de textos el traductor se puede permitir parafrasear una idea para explicar algún concepto, la falta de espacio en el subtítulo hace que, en muchas ocasiones, esta estrategia no sea viable.

La velocidad de lectura del espectador determina dos aspectos del subtítulo: los caracteres por segundo y el número de caracteres por línea. En el caso que nos ocupa, Netflix ha establecido una limitación de 42 caracteres por línea para las traducciones al inglés, al alemán y al italiano, al igual que una limitación de caracteres por segundo de 20 en el caso del inglés, y 17 en los casos del alemán y el italiano (Netflix 2020a, 2020b, 2020c). Es crucial tener estas limitaciones en mente a la hora de analizar la traducción de las RCE, ya que pueden ser la causa que provoque la elección de una u otra estrategia.

⁶ Harina de cereales tostados (normalmente maíz, trigo o cebada) que se utiliza en platos de la gastronomía canaria. Popularmente se le atribuye la capacidad de dar vigorosidad a las personas.

Además de estas tres dificultades principales, Bernal Merino señala otras, como el tratamiento de los acentos, el dialecto o el argot, que aportan información a través del canal acústico que puede ser relevante (2018: 45); o el paso de la oralidad a la lengua escrita: interjecciones, titubeos, errores gramaticales o de vocalización que pueden tener repercusión sobre la caracterización de los personajes (2018: 51).

No obstante, no debemos olvidar que las dificultades arriba expuestas son las específicas de la traducción para subtítulo, pero no son, ni mucho menos, las únicas. Tal y como ocurre con cualquier otro texto, la traducción de textos audiovisuales no está exenta de problemas tales como la traslación de antropónimos y topónimos, del humor, o la existencia de intertextualidad y de terminología especializada.

El tema de la obra y el género al que esta pertenece determinan, en cierta medida, los retos que el traductor ha de enfrentar. Por esta razón, consideramos pertinente dedicar el siguiente apartado de este trabajo a analizar las dificultades de traducción propias del género del falso documental. Con ello, pretendemos alcanzar una visión más específica de cuáles son los parámetros que determinan la traducción de RCE en *Paquita Salas*.

2.3. EL FALSO DOCUMENTAL Y SU TRADUCCIÓN

Según Nedergaard-Larsen (1993: 221), el género del producto audiovisual es decisivo a la hora de elegir las estrategias de traducción. Tal y como señala esta autora, el lenguaje desempeña un papel central en productos pertenecientes a la comedia o en los programas musicales; los personajes son lo más importante en largometrajes de género dramático; mientras que, en telediarios, documentales o programas deportivos, lo principal son los acontecimientos.

Sin embargo, esta clasificación es vaga y de poca amplitud, ya que no hace un análisis exhaustivo de todos los posibles géneros audiovisuales que existen. Nuestra serie objeto de estudio, *Paquita Salas*, pertenece al género del falso documental, y, por lo tanto, tiene características propias de los documentales, pero también de la comedia y del género dramático. Es, por ende, imposible delimitar cuál es el aspecto sobre el que deberíamos poner el foco de atención al traducir obras de este género audiovisual si atendemos únicamente a esa clasificación.

Por ello, con el fin de analizar de manera adecuada la traducción de las RCE que aparecen en *Paquita Salas*, hemos considerado necesario abordar los rasgos específicos del falso

documental. Una vez conozcamos con precisión qué es y cuáles son sus particularidades, nos será más fácil analizar qué aspectos tendrán mayor relevancia para la traducción.

López Ligeró (2015: 180) nos proporciona la siguiente definición:

Llamamos entonces falso documental, fake, o mockumentary a los discursos de apropiación de figuras y convenciones de la no-ficción en las que se suele establecer una visión cómplice y reflexiva con el espectador en base a [sic] la intertextualidad y la alusión, se describe y utiliza a los medios como constructores de realidad [...], y, en definitiva, se hace uso de las formas adscritas al documental como herramientas de lo verosímil.

Donstrup (2020: 175), por otro lado, nos dice que los falsos documentales son «una hibridación entre la ficción y la realidad que conlleva una objetivación de la ficción, [...] una semi-invencción de la realidad que sigue sus propios códigos». García Martínez (2004: 138) describe los falsos documentales como productos audiovisuales en los que el director

se inventa una realidad verosímil y después busca los ropajes adecuados para que resulte creíble. Le otorga marcas de autenticidad falsas, inserta datos reales, finge estilos y suplanta personajes. Cualquier estrategia es válida para dinamitar los códigos que separan la realidad de la ficción y que el espectador conoce: el realismo en el estilo, la espontaneidad o el descuido, la voz en off solemne, el no control de todo el rodaje, la aportación de datos supuestamente científicos o la exhibición del propio proceso de producción.

Aunque, tal y como observamos en su definición, López Ligeró emplea la voz inglesa *mockumentary* como sinónimo de falso documental, también critica dicho término, que, en su opinión, no define convenientemente las características de este género en su sentido más amplio, ya que «no todos los falsos documentales se ajustan exactamente al modelo paródico» (López Ligeró 2015: 175).

Sin duda, existen falsos documentales que poco tienen que ver con la parodia y el humor, aunque para ellos existe la voz inglesa *fake documentary*, tal y como podemos observar en Bordwell y Thompson (2004: 132). No obstante, no existe en español un término asentado que diferencie los falsos documentales humorísticos de los que no lo son (más allá del calco *mocumental*, que, por su uso anecdótico, no emplearemos en este trabajo), por lo que, en adelante, utilizaremos el término *falso documental* sin importar si existe o no un carácter humorístico. En cualquier caso, la obra objeto de análisis de este trabajo es, efectivamente, una comedia, de modo que el único género al que haremos referencia será, como es lógico, aquel al que la literatura anglófona denomina *mockumentary*.

Una vez hechas estas apreciaciones, nos interesa conocer las singularidades de este género audiovisual que despiertan especial interés para la traducción. Podemos destacar como las más relevantes la confusión entre ficción y no ficción (conseguida gracias a, entre otros factores, la intertextualidad y la oralidad) y el humor.

En primer lugar, de las definiciones de López Ligeró (2015: 180), Donstrup (2020: 175) y García Martínez (2004: 138) se desprende la primera de las dificultades con las que se encuentra el traductor de este género audiovisual. Los falsos documentales juegan con las nociones de ficción y realidad; con ello consiguen producir en el espectador una sensación de confusión, engaño, sorpresa o humor, que le hace caer en la cuenta de que aquello que le presentaron como real es pura ficción (Díaz Gandasegui 2012: 155).

Esta circunstancia obliga al traductor a estar atento a las estrategias empleadas por los autores de los falsos documentales para producir en el espectador este efecto. De acuerdo con Ganga Ganga (2004: 470), el macrogénero documental se opone completamente al macrogénero de ficción. Sin embargo, encontramos en el género del falso documental una fusión de estos dos macrogéneros antagónicos. Por un lado, el objetivo principal del documental convencional es contar hechos reales y, para ello, aporta todos los recursos necesarios para que el espectador confíe en la verosimilitud de esos datos (León 2002:82). En este tipo de obras se emplean diversas estrategias como la presentación de datos y las declaraciones de personas reales. Además, se apoya sobre otras estrategias para acercar al espectador a la realización de la obra, como, por ejemplo, la ausencia de un guion de diálogo y la grabación del proceso de realización. Esto contribuye a que la audiencia confíe en que no se ha tergiversado la realidad.

El falso documental, sin embargo, a pesar de ser ficción, imita algunas de estas estrategias con el fin de generar en el espectador esa misma sensación de confianza. Si convence al espectador de que está viendo un documental, aunque sea por un instante, habrá conseguido su objetivo. Entre las estrategias que el falso documental toma del documental convencional, García Martínez (2004: 138) destaca «el realismo en el estilo, la espontaneidad o el descuido, la voz en off solemne, el no control de todo el rodaje, la aportación de datos supuestamente científicos o la exhibición del propio proceso de producción y realización».

Todas aquellas convenciones típicas del documental convencional que aparezcan en la obra original deben estar representadas de alguna manera en la obra traducida, ya que la idea de realidad ficticia se construye sobre la base de esta característica (López Ligeró 2015: 154). En otras palabras, un falso documental pierde su esencia en el momento en que no disponga de los rasgos del documental convencional al que pretende parodiar.

Esto implica que el traductor debe convertirse en cómplice del engaño y debe, por tanto, contribuir a conseguir esa ilusión de realidad que busca el autor original. Para lograr este fin, los productores de falsos documentales pueden utilizar diversas estrategias, entre las que se encuentran el uso de la intertextualidad y el protagonismo de la oralidad.

Por un lado, la intertextualidad aparece en los falsos documentales como medio para dar verosimilitud a los hechos que se narran (López Ligeró 2015: 190). La alusión a otras obras reales, es decir, aquellas que existen fuera del mundo de ficción del producto audiovisual, ayuda a crear esa ilusión de falsa realidad a la que aspiran las obras de este género. El espectador, al escuchar alusiones a obras de la vida real (en ocasiones usadas como prueba de lo que se narra), confía en la veracidad de lo que se dice.

En *Paquita Salas*, por ejemplo, se hacen alusiones constantes a obras como *El secreto de Puente Viejo*, una serie española muy conocida que se emitió en televisión durante nueve años. Este tipo de alusiones hacen que el espectador piense que debe haber algo de cierto en lo narrado, ya que no es posible engañar a alguien con hechos que se pueden desmentir fácilmente. Si se afirma que una actriz ha participado en esa serie, cualquiera puede hacer una búsqueda rápida en internet para comprobar si eso es cierto o no, por lo que el espectador confía en que nadie le mentiría de manera tan descarada.

Por otro lado, el protagonismo de la oralidad en los diálogos confiere a los falsos documentales una credibilidad que no presentan otros géneros audiovisuales de ficción. El hecho de pensar que estamos escuchando a personas que hablan espontáneamente —y no a actores interpretando un papel que han memorizado— nos produce una ilusión de realismo que nos hace caer en las redes del falso documental.

Los guiones son textos escritos para ser interpretados como si fueran textos orales espontáneos (Chaume 2001: 79-80) y, por muy buenos profesionales que sean los actores, el espectador sabe discernir muy bien cuándo está viendo una escena de ficción y cuándo está viendo un hecho real. Esto ocurre porque el discurso oral espontáneo está plagado de vicios —como las pausas rellenas, el balbuceo, el tartamudeo, los errores y las consiguientes correcciones, los anacolutos...— que no suelen tener cabida en la oralidad prefabricada de la ficción, tal y como muy bien apunta Chaume (2001: 81) cuando describe este tipo de lenguaje:

[...] los recursos de la coloquialidad encuentran su límite en la supresión de digresiones, redundancias, hipérbatos, anacolutos y dubitaciones que cansarían al espectador y que probablemente poco cooperarían a cumplir con las convenciones formales de longitud, inmediatez y relevancia lingüística establecidas en este género de textos.

En el caso de *Paquita Salas*, podemos observar cómo los actores hablan de una manera muy alejada al lenguaje del cine. Los personajes se entrecortan entre ellos, se corrigen, se repiten y emplean un ritmo y una entonación propios del lenguaje oral. Esto produce en el espectador la sensación de estar escuchando un discurso real y espontáneo, del mismo modo que ocurre en los documentales convencionales.

En cuanto a este aspecto, sin embargo, los traductores de subtítulos poco pueden hacer. Los subtítulos, por su carácter escrito, no toleran la oralidad de la misma manera. En primer lugar, porque el lenguaje escrito tiene una cierta formalidad que rechaza la reproducción estricta de la oralidad. El espectador está acostumbrado a leer subtítulos con un alto grado de escrituridad, por lo que la reproducción de la oralidad puede no solo distraerlo, sino también desagradarle. Como bien explica Chaume (2001: 84):

[...] la modalidad de la subtitulación suele presentar un discurso muy normativo, puesto que las variaciones sintácticas llevarían a una dispersión en la lectura de los subtítulos y a una confusión por parte del espectador, que acabaría perdiendo información y "saliéndose" de la película.

En segundo lugar, esta intolerancia a la oralidad se ve influenciada por la necesidad de síntesis que requieren los subtítulos. La falta de espacio y tiempo en pantalla obliga al traductor a resumir el mensaje de manera que se transmita la idea en el menor número de caracteres posible, y la reproducción de elementos orales va en contra de ese principio.

Por último, como mencionamos al principio de este apartado, muchos falsos documentales tienen una finalidad humorística. Algunas veces, ese humor aparece de forma explícita en forma de chistes o chascarrillos, pero muchas otras, sobre todo en el género que nos ocupa, el humor viene implícito en la manera en que actúan o hablan los personajes. El simple hecho de tergiversar la ficción para que parezca realidad y confundir al espectador es ya, en principio, una forma de parodia (Díaz Gandasegui 2012: 155).

El traductor de este tipo de obras debe tratar siempre de transmitir ese humor, ya que muchas veces esa es la finalidad última del falso documental: entretener y hacer reír. Para ello, debe estar muy pendiente de la manera en la que se dicen las cosas, ya que un simple cambio de perspectiva o la omisión o transformación de un elemento pueden hacer que el carácter humorístico desaparezca.

En conclusión, la traducción del falso documental conlleva una serie de dificultades específicas que no son del todo habituales en otros tipos de encargos de traducción. Por ello, conviene conocer bien este género audiovisual y sus particularidades, para así conseguir un TM de la mayor calidad posible.

Como hemos visto, este género reúne características de distintos géneros, por lo que no es fácil adscribirlo únicamente a una de las categorías que propone Nedergaard-Larsen (1993: 221). Por un lado, el propósito de entretener a través de la comedia y el drama hacen que tanto el lenguaje como los personajes sean aspectos centrales a la hora de traducir; y, por otro, el propósito de fingir una realidad verosímil, similar a la de un documental real, pone también en el foco de atención los acontecimientos.

En definitiva, cuando hablamos de la traducción del falso documental, no podemos concluir que exista un único aspecto de la clasificación establecida por Nedergaard-Larsen que sobresalga sobre los demás. Este género combina de manera compleja una variedad de factores que lo diferencia de otros géneros, lo cual obliga al traductor a colocar en el foco de atención más de un elemento al mismo tiempo.

2.4. LAS REFERENCIAS CULTURALES EXTRALINGÜÍSTICAS (RCE)

Los elementos propios de una cultura parecen pasar desapercibidos en el seno de la cultura a la que pertenecen; sin embargo, su presencia se hace patente cuando se produce un contacto entre dos o más culturas. La traducción, como bien sostienen Vermeer (1992a: 45), Nord (1997: 34) o Witte (2008: 98), por citar solo a algunos, es un fenómeno intercultural, por lo que es de esperar que durante el proceso traductológico se manifieste la presencia de multitud de estos elementos culturales.

Sin embargo, ¿cuál es el término idóneo para designar estos elementos propios de una cultura determinada? Según Soto Almela (2013: 3), en traductología se emplean de manera indistinta numerosas denominaciones, a saber, referentes culturales, palabras culturales, marcas culturales, términos o elementos culturales, realia, culturemas... Marcelo Wirnitzer (2007: 72) afirma, en el mismo sentido, que en traductología muchos teóricos tratan estos conceptos como sinónimos, mientras que otros consideran que son nociones muy distintas.

De entre todas estas denominaciones, parece que el término *culturema* es uno de los que goza de mayor aceptación (Soto Almela 2013: 6), pero también es cierto que la escuela granadina prefiere el término *referencia cultural* (Mayoral Asensio 1999: 76). Veamos primero cuál es el alcance de cada uno y si existe alguna diferencia entre ellos.

Desde los estudios funcionalistas, Nord (1997: 34) define *culturema* como «a social phenomenon of a culture X that is regarded as relevant by the members of this culture

and, when compared with a corresponding phenomenon in a culture Y, is found to be specific to culture X».

Desde la escuela granadina, Mayoral Asensio (1994: 76) nos ofrece la siguiente definición de *referencia cultural*:

Por referencias culturales entendemos los elementos del discurso que por hacer referencia a particularidades de la cultura de origen no son entendidos en absoluto o son entendidos en forma parcial o son entendidos de forma diferente por los miembros de la cultura término.

Asimismo, añade que los *segmentos culturales marcados culturalmente*, que él mismo reconoce como sinónimo de *referencias culturales* (*ibid.* 1999: 76), «constituyen un apartado muy amplio que recoge diferentes tipos de formas (nombres geográficos, nombres institucionales, conceptos jurídicos y administrativos, unidades de peso y medida, monedas, referencias históricas, folclore, etc.)».

Ambas definiciones abarcan una gran cantidad de realidades, quizás por su incapacidad de establecer unos límites claros que permitan determinar qué se incluye en estos conceptos y qué no. En el caso de los culturemas, podemos afirmar que abarcan algunas realidades intralingüísticas, como se desprende de la inclusión que hace Luque Nadal (2009: 108) de algunos fraseologismos en esta categoría.

Lo cierto es que la línea que divide lo extralingüístico y lo intralingüístico no está del todo clara. Tomemos como ejemplo el uso reiterado de frases hechas o refranes, que es, al fin y al cabo, un fenómeno cultural; una costumbre de una comunidad concreta. Podemos advertir que existe un mayor uso de este tipo de expresiones en algunas diaculturas concretas, como es el caso de la población rural de edad avanzada en las Islas Canarias, en comparación con la población más joven. Del mismo modo, podríamos afirmar que la frecuencia en el uso de improperios o blasfemias también es una cuestión cultural en la que encontramos diferencias generacionales o sociolectales. Definitivamente, estos usos de la lengua reflejan aspectos de la cultura del hablante, pero son aspectos propiamente lingüísticos que, de forma aislada, no hacen una referencia clara a ningún elemento concreto de su cultura.

Otro ejemplo claro son los marcadores de respeto, que no son más que expresiones lingüísticas que se verbalizan de manera diferente en las distintas lenguas. En español, por ejemplo, una de las maneras de demostrar respeto es el uso del pronombre *usted*. Mientras tanto, en inglés se hace un uso reiterado (incluso exagerado desde la perspectiva hispanohablante) de la palabra *please*, y en japonés se emplean sufijos en los

antropónimos (-san, -sama, etc.) que no existen en nuestra cultura. Estas maneras diversas de verbalizar el respeto en diferentes culturas no son más que el reflejo de las diferencias en las relaciones de poder y cortesía propias de cada comunidad. No obstante, no podríamos delimitar con total certeza los componentes intralingüísticos y extralingüísticos de estos usos.

Mayoral Asensio (1999: 77) admite que la traductología todavía no ha sido capaz de aislar, delimitar, clasificar o, siquiera, dar un nombre a estas realidades que toda la comunidad científica acepta de manera definitiva. Incluso Pamies (2017 :101) redefine el concepto *culturema* desde un punto de vista lexicográfico para restringirlo únicamente a referencias claramente extralingüísticas, ya que considera que la traductología emplea este término de manera vaga para incluir una gama demasiado amplia de realidades.

De la misma manera, con el fin de evitar esta ambigüedad, Pedersen (2005: 2) hace una distinción entre referencias culturales extralingüísticas (RCE) y referencias culturales intralingüísticas. Tal y como él mismo indica, separar ambos conceptos es una cuestión compleja, puesto que, dependiendo de cómo se mire, lo puramente intralingüístico puede abarcar todo, algunas cosas, o nada. Pedersen no ahonda en la delimitación de este concepto y simplemente declara que quedan fuera de las RCE los giros idiomáticos, proverbios, argot, dialectos y cualquier otra referencia claramente intralingüística.

En adelante, en nuestro trabajo, emplearemos el término *referencia cultural extralingüística*, puesto que consideramos que delimita mejor el objeto de estudio de nuestro análisis. Si bien las RCE no dejan de ser un tipo de culturemas, realia o términos culturales, creemos que este trabajo requiere una delimitación más precisa, del mismo modo que lo estiman Pamies (2017: 101) y Pedersen (2005: 2) en sus respectivos trabajos.

Además, dado que seguiremos la clasificación de RCE de Pedersen, creemos que lo más acertado es emplear el mismo término que él utiliza, no solo por razones de coherencia terminológica, sino también para evitar interpretaciones paralelas de los resultados que aquí se exponen.

Es importante señalar que, aunque tradicionalmente se han usado indistintamente los términos *referencia cultural* y *referente cultural* (Mayoral Asensio 1999: 77), la escuela eslava hace una clara diferenciación desde mediados del siglo pasado, según la cual la referencia es el signo lingüístico, mientras que el referente es el concepto, es decir, lo referido a través de dicho signo lingüístico (*ibid.* 1999: 67). En este trabajo, consideramos

pertinente dicha distinción y utilizaremos ambos términos de acuerdo con las definiciones que les asigna la escuela eslava.

En conclusión, la definición de RCE de la que partiremos para seleccionar la muestra de nuestro estudio será la que propone Pedersen en su artículo «How is Culture Rendered in Subtitles» (2005: 2):

Extralinguistic Culture-bound Reference (ECR) is defined as reference that is attempted by means of any culture-bound linguistic expression, which refers to an extralinguistic entity or process, and which is assumed to have a discourse referent that is identifiable to a relevant audience as this referent is within the encyclopedic knowledge of this audience.

Una vez acotado nuestro objeto de estudio, el siguiente paso será analizar qué estrategias se usan para su traslación. Dedicaremos el siguiente capítulo de este trabajo a estudiar qué estrategias han empleado los traductores de los subtítulos al inglés, alemán e italiano para traducir las RCE que aparecen en la primera temporada de *Paquita Salas*.

3. ESTUDIO EMPÍRICO. LA TRADUCCIÓN DE LAS RCE EN *PAQUITA SALAS*

En este capítulo nos disponemos a indagar sobre cómo se trasladan a través del subtítulo las RCE españolas a otras lenguas en el falso documental. Para ello, partiremos de un estudio empírico: identificaremos las RCE que aparecen en la primera temporada de la serie *Paquita Salas* y analizaremos de qué manera se han traducido al inglés, al alemán y al italiano. Observaremos qué estrategia se usa en cada caso y, a partir de ahí, intentaremos responder a las cuestiones que ya planteamos en el capítulo introductorio de este trabajo.

Dedicaremos los tres primeros apartados de este capítulo a exponer qué nos disponemos a hacer: delimitaremos los objetivos que pretendemos alcanzar, describiremos el corpus con el que trabajaremos y la metodología que utilizaremos para este estudio.

A continuación, dedicaremos un cuarto apartado al análisis de estas traducciones. En él, estudiaremos la frecuencia de aparición de las diferentes estrategias posibles según dos tipos de variables. En primer lugar, analizaremos de qué manera se distribuye el uso de estrategias de traducción de RCE en las tres lenguas analizadas y observaremos si existe alguna tendencia. En segundo lugar, clasificaremos las RCE que aparecen en la serie según un criterio semántico, con el fin de analizar posteriormente si existe un uso diferencial de las estrategias según el campo semántico al que pertenecen las RCE.

3.1. OBJETIVOS

Tal y como adelantamos en el capítulo introductorio, con este trabajo pretendemos alcanzar cuatro objetivos principales, a saber:

1. Conocer qué estrategias de traducción de RCE predominan en la traducción para subtitulado del falso documental.
2. Indagar sobre las razones que llevan al traductor de falsos documentales a usar cada estrategia en cada caso.
3. Observar si la elección de estas estrategias depende de la cultura de origen del receptor meta.
4. Investigar si existe alguna relación entre la estrategia de traducción seleccionada y el campo semántico al que pertenecen las RCE.

Dada la naturaleza descriptiva de este estudio, nos interesa, en primer lugar, conocer cuáles son las fórmulas que los traductores del sector prefieren emplear cuando se enfrentan a una RCE en un encargo de subtitulado. Hemos de puntualizar que, aunque somos conscientes de que, como ha señalado Olalla-Soler (2015), las tendencias de uso de las distintas estrategias de traducción de RCE varían a lo largo del tiempo, nuestro trabajo es de carácter sincrónico; consecuentemente, no pretendemos estudiar los cambios de tendencias a lo largo del tiempo, sino observar cuáles son las tendencias actuales en este contexto concreto.

En segundo lugar, pretendemos averiguar qué motivaciones tiene el traductor para elegir una u otra estrategia de traducción. Mediante la clasificación y análisis de las traducciones de RCE esperamos poder deducir cuáles son las causas que mueven al traductor a decantarse por una estrategia en concreto.

En tercer lugar, mediante el estudio comparativo de las tres lenguas, pretendemos revelar las posibles diferencias y similitudes que puedan manifestarse en los datos recogidos. Dado que estudiaremos tres culturas que tienen distancias distintas con la cultura española, resulta interesante investigar si esas distancias afectan a la traducción de RCE.

En cuarto lugar, nos interesa averiguar si el campo semántico de las RCE afecta a la elección de una u otra estrategia de traducción. Las RCE no son un grupo de elementos homogéneo, de ahí que sea conveniente separarlas según criterios que puedan afectar a la elección de la estrategia con la que se traduce. En este sentido, las agruparemos

atendiendo a los rasgos semánticos que tienen en común, puesto que consideramos que esta es una de las variables que pueden afectar con mayor intensidad en la toma de decisiones de estrategias de traducción de RCE.

3.2. CORPUS

Paquita Salas es una serie española dirigida por Javier Calvo y Javier Ambrossi, que se inscribe dentro de los géneros de comedia y falso documental. Se estrenó en el año 2016 en Atresplayer y más tarde en Netflix, donde ha continuado hasta su tercera temporada.

La trama principal refleja la vida de Paquita Salas, una de las mejores representantes de artistas de los noventa que, tras ser abandonada por su actriz estrella, deberá ingeniárselas para descubrir otro talento del mismo nivel (Ambrossi y Calvo 2016). Se trata de una serie muy crítica, especialmente con el mundo del cine y sus condiciones de trabajo.

El interés de esta serie para la investigación nace de la presencia muy marcada de dos de las características del falso documental que mencionamos anteriormente: el protagonismo de la oralidad y la intertextualidad.

Por un lado, el carácter espontáneo y realista de sus diálogos hace posible que aparezcan numerosas referencias a la cultura, del mismo modo que aparecerían en una conversación cotidiana fuera de la ficción, y en contraposición a lo que ocurre normalmente en lo que Chaume (2001: 81) denomina, según hemos señalado, oralidad prefabricada.

Por otro lado, la serie *Paquita Salas* recurre con frecuencia a la intertextualidad como medio para crear una ilusión de realidad ficticia en el espectador. Concretamente, el 24,4% de las RCE que hemos identificado son referencias a productos audiovisuales reales. No obstante, la construcción de esta realidad ficticia no solo tiene lugar a través de la intertextualidad, pues el falso documental utiliza las RCE como recurso para fingir una realidad verosímil. En definitiva, la abundancia de referencias a otras obras, así como la profusión de RCE en general, propicia que el corpus que hemos obtenido contenga suficientes datos para realizar un estudio fiable.

Otra de las razones por las que consideramos que esta serie es especialmente idónea para nuestra investigación es su gran éxito, demostrado por el considerable número de premios que ha recibido. En 2017, tan solo un año después de su lanzamiento, fue galardonada con varios premios Feroz en las categorías de mejor serie de comedia, mejor protagonista (Brays Efe) y mejor actriz de reparto (Belén Cuesta). En 2018 fue ganadora de los premios

Onda Nacional Televisión en la categoría de mejor programa o serie de ficción emitida en internet. Además, fue nominada a los premios de la Unión de Actores y Actrices en 2017 y 2019, así como a los premios Feroz de nuevo en 2018, 2019, y 2020, año en el que ganó el premio a mejor actriz de reparto (Yolanda Ramos) (<https://www.imdb.com>).

Para llevar a cabo este estudio, hemos tomado como muestra la primera temporada de la serie *Paquita Salas* y sus traducciones para subtítulos al inglés, al alemán y al italiano de la plataforma Netflix. La traducción al alemán fue elaborada por Christina Mazur y la italiana por Clara Ciccioni, mientras que la autoría de la versión inglesa es desconocida.

Hemos identificado un total de 86 RCE, que hemos clasificado en siete categorías según el campo semántico⁷ al que pertenecen: toponimia; gastronomía; celebridades; productos audiovisuales; eventos y premios de cine; nombres comerciales y de instituciones; y otros, en el que, a modo de cajón de sastre, incluimos aquellas RCE que no se adscriben a ninguna de las categorías anteriores.

Una de las características más notorias de estas RCE es que la mayoría de ellas tiene una gran relación con el mundo del cine. Tanto es así, que todas las RCE pertenecientes a las categorías *productos audiovisuales* y *eventos y premios de cine* guardan relación con el mundo del celuloide, al igual que la mayoría de las que aparecen en *celebridades* y una de las de *instituciones*. El uso de estas referencias por parte de los creadores no es baladí, sino que tiene un papel fundamental para la construcción de la realidad fingida típica del falso documental.

Además, el carácter altamente especializado de algunas de ellas tiene una importancia mayúscula para la traducción, puesto que la estrategia que se tome dependerá en buena medida de que el público general sea capaz o no de captar la referencia. Muchas de ellas no son necesarias para seguir el hilo argumental, e incluso son difíciles de identificar para un espectador español. La finalidad que tienen, más allá de apoyar la construcción de la ficción verosímil, es servir de guiños al espectador versado en el mundo del cine español.

Otras de las RCE, sin embargo, pertenecen más al ámbito de la cultura popular, pues aluden a elementos culturales reconocidos por el público general. En este caso, sean o no vitales para la trama, su reconocimiento de parte de la audiencia es más amplio que las

⁷ En este trabajo entendemos *campo semántico* como un ‘Conjunto de unidades léxicas de una lengua que comparten un núcleo común de rasgos de significado’ (RAE 2020). Las RCE que hemos clasificado guardan una relación de hiponimia-hiperonimia con el campo semántico al que pertenecen.

mencionadas anteriormente. Es, por tanto, primordial que el traductor valore cómo puede conseguir que la experiencia del RM sea similar a la del espectador español medio.

3.3. METODOLOGÍA

En este apartado, expondremos en detalle la metodología que hemos utilizado para analizar nuestra muestra. Comenzaremos con unas consideraciones generales sobre la delimitación del término cultura empleada en este estudio, y proseguiremos con una justificación del modelo de clasificación de estrategias que hemos seleccionado. Para terminar, definiremos brevemente las estrategias que vamos a analizar según dicho modelo y haremos algunas puntualizaciones relevantes para nuestro trabajo.

3.3.1. Consideraciones sobre los niveles de la cultura

Tal y como tratamos en el capítulo anterior, Vermeer (1992b: 32) no concibe la cultura como un ente único u homogéneo, sino que diferencia tres niveles: la paracultura, la diacultura y la idiocultura. En relación con el primer nivel, en este trabajo delimitaremos cuatro paraculturas. Por un lado, tenemos la paracultura española, que coincide con el público objetivo de la obra estudiada. Se trata de la cultura que comparten los habitantes de España, país al que pertenecen los referentes culturales que vienen representados en esta serie.

Por otro lado, entran en juego otras tres paraculturas, que, en este caso, no están delimitadas territorialmente, sino lingüísticamente. Se trata de las paraculturas angloparlante, germanoparlante e italo parlante. En este caso, el criterio lingüístico y no territorial se debe a una cuestión muy sencilla: el receptor meta de las traducciones a cada idioma son las personas que respectivamente hablan esos idiomas, y no necesariamente los habitantes de un país en concreto.

Esta disparidad de criterios no es caprichosa, sino que se corresponde con el público objetivo de cada una de las versiones: el público objetivo de la serie original es la población española, mientras que los públicos objetivos de sus versiones traducidas son los hablantes de los idiomas correspondientes.

En cuanto al nivel diacultural, cabe precisar que existe un grupo concreto dentro de cada una de estas paraculturas que no debe obviarse. Se trata de las personas versadas en el mundo del cine español. En *Paquita Salas*, se hacen numerosas referencias a elementos del mundo del cine, por lo que debemos tener muy en cuenta a este grupo. Una persona

que sea conocedora de esta materia tendrá un entendimiento mayor de los referentes a los que se alude, lo cual tiene consecuencias directas en las decisiones traductoras.

Naturalmente, este grupo será mayor dentro de la paracultura española que dentro de las demás paraculturas consideradas, pero no por ello podemos dejarlos de lado. A fin de cuentas, la serie *Paquita Salas* habla sobre este sector, y es muy probable que un número considerable de espectadores angloparlantes, germanoparlantes o italo parlantes tengan un cierto interés por el cine español.

3.3.2. Modelos de clasificación de estrategias de traducción

Quizás una de las clasificaciones de estrategias de traducción más conocidas y extendidas es a la vez una de las más antiguas. En 1958, Vinay y Darbelnet (1958: 46-54) idearon una clasificación de estrategias para la traducción, que consistía en siete categorías: préstamo, calco, traducción literal, transposición, modulación, equivalencia y adaptación.

Sin embargo, de acuerdo con Pedersen (2005: 3), esta clasificación deja fuera algunas estrategias muy utilizadas en la traducción audiovisual, como la omisión o la generalización, que, si bien podría entenderse esta última como una forma de adaptación según dicho modelo, merece una mención aparte. Lo cierto es que la estrategia de adaptación de Vinay y Darbelnet puede considerarse un cajón de sastre cuando ponemos el foco sobre las RCE, ya que conglo mer a una serie de estrategias diferentes que conviene distinguir.

Vinay y Darbelnet (2000: 90-91) afirman que la adaptación se emplea «in those cases where the type of situation being referred to by the SL message is unknown in the TL culture». Estos autores describen esta estrategia como una *equivalencia situacional* (*ibid.* 2000: 91), en la que incluyen otras estrategias como la generalización, la sustitución cultural o la paráfrasis situacional tal y como las define Pedersen (2005: 6-9).

El modelo de Pedersen se acerca más a otros más modernos, como el de Leppihalme o el de Nedergaard-Larsen. Por un lado, Leppihalme (1997: 90-94) desarrolla una tipología enfocada hacia los nombres propios en la literatura, en la cual aparecen estrategias como la retención, la adición, las notas a pie de página, la sustitución por otro nombre propio, la sustitución por un nombre común (generalización) y la omisión. Por otro lado, el modelo desarrollado por Nedergaard-Larsen (1993: 219) ofrece una clasificación de

estrategias en la que diferencia el préstamo, la traducción directa, la explicitación, la paráfrasis, la adaptación a la cultura meta y la omisión.

Partiendo de estos dos modelos, Pedersen crea uno nuevo, que hace puntualizaciones más precisas que los anteriores y que recoge las estrategias siguientes (Pedersen 2005: 3-9): equivalente oficial, retención, especificación (en la que incluye la explicitación y la adición), traducción directa, generalización, sustitución (que abarca la sustitución cultural y la paráfrasis, ya sea situacional o con transferencia de sentido) y omisión. Consideramos que este es el modelo idóneo para este trabajo, no solo porque ha sido creado específicamente para la traducción de RCE en el subtítulo, sino también porque, en nuestra opinión, suple las carencias que tienen los modelos mencionados anteriormente.

3.3.3. El modelo de Pedersen

Pedersen (2005: 3) entiende el equivalente oficial como aquella solución que viene determinada por una entidad con autoridad para hacerlo, ya sea una institución pública, una editorial, o una productora cinematográfica. Una vez que una RCE tenga un equivalente oficial, será muy difícil encontrarla traducida de otra manera, ya que la cultura meta la identificará únicamente por ese equivalente oficial (*ibid.*: 3).

TO	Está haciendo... protagonista de <i>El Príncipe</i> .
TM (italiano)	È la protagonista de <i>Il Principe – Un amore impossibile</i> .
Retrotraducción	Es la protagonista de <i>Il Principe – Un amore impossibile</i> .

Ejemplo 1. Extraído de Paquita Salas, episodio 2, minuto 06:34.

En este ejemplo, podemos observar cómo Clara Ciccioni, la traductora al italiano de *Paquita Salas*, utiliza el nombre oficial por el que se conoce la serie *El Príncipe* en Italia. Tal y como afirma Pedersen (2005: 3), utilizar una denominación distinta para esta RCE haría que el RM perdiera la referencia, ya que, en su cultura, ese es el único nombre por el que se conoce esta serie.

La retención se define en el modelo de Pedersen (2005: 4) como la estrategia más extranjerizante, es decir, la más orientada hacia la cultura de origen. Consiste en mantener la RCE tal y como aparece en el TO, con adaptaciones únicamente de tipo ortográfico o tipográfico. En el ejemplo 2 vemos cómo la traductora de los subtítulos al alemán de *Paquita Salas*, Christina Mazur, utiliza esta estrategia.

TO	Está haciendo... protagonista de <i>El Príncipe</i> .
TM (alemán)	Sie spielt die Hauptfigur in <i>El Príncipe</i> .
Retrotraducción	Interpreta el papel principal en <i>El Príncipe</i> .

Ejemplo 2. Extraído del episodio 2, minuto 06:34.

La razón por la que dos traductoras emplean una estrategia diferente para la misma RCE es sencilla: el referente que aparece en el TO existe en una cultura y no en la otra. La serie *El Príncipe* dispone de traducción al italiano y se emite en Italia, mientras que no ocurre lo mismo en el contexto germanoparlante.

En el caso del inglés, se ha optado por la misma estrategia que en alemán, ya que esta serie tampoco está traducida a esta lengua. Sin embargo, el traductor de los subtítulos al inglés ha utilizado una adaptación tipográfica al añadir comillas inglesas al título de la serie (“El Príncipe”). Como ya indicamos, este tipo de modificaciones ortotipográficas no suponen el uso de una estrategia distinta, sino que se sigue considerando retención.

Pedersen (2005: 4) define la estrategia de especificación como la conservación de la RCE en su lengua original, a la que se añade algún tipo de información que explique el significado de esa referencia. Esta estrategia se divide a su vez en dos: la explicitación y la adición. La primera consiste en hacer explícita una información que se encuentra latente en la RCE. Usamos esta estrategia cuando añadimos el nombre propio de un personaje del que el TO solo nombra el apellido, por ejemplo, o cuando desplegamos una sigla o una abreviatura (*ibid.*: 5). La adición, en cambio, consiste en la añadidura de información que ayuda a entender el significado (connotativo o denotativo) de la RCE (*ibid.*: 5).

TO	La ofrecieron un papel precioso en <i>Puente Viejo</i> .
TM (alemán)	Sie sollte in der Serie <i>Puente Viejo</i> mitspielen.
Retrotraducción	Tenía que actuar en la serie <i>Puente Viejo</i> .

Ejemplo 3. Extraído del episodio 1, minuto 03:33.

En el ejemplo 3, vemos cómo Christina Mazur presenta la serie *El Secreto de Puente Viejo*. La traductora ha considerado necesario utilizar la adición al añadir la explicación *Serie* para que el RM germanoparlante, que no conoce este producto audiovisual, entienda de qué se está hablando.

La estrategia de traducción directa se emplea sobre todo con nombres comunes (Pedersen 2005: 5), y vendría a ser lo que Vinay y Darbelnet (1958: 47-48) denominaban calco: una traducción literal de los elementos que componen la estructura de la RCE.

TO	[...] nominada a los próximos premios Goya como Actriz Revelación.
TM (italiano)	[...] candidata al premio Goya come Attrice Rivelazione.
Retrotraducción	[...] candidata al premio Goya como Actriz Revelación.

Ejemplo 4. Extraído del episodio 5, minuto 02:13.

Para Pedersen (2005: 6), la generalización consiste en la sustitución de una RCE por un nombre común que guarde una relación semántica con la RCE que sustituye. Esta relación es normalmente una relación de hiperonimia-hiponimia, pero no siempre es así, puesto que puede existir otro tipo de relaciones, como la metonimia (*ibid.*: 6).

TO	LIDIA: He hecho más. PAQUITA: Los diez pasapalabras.
TM (inglés)	LIDIA: I've done other things. PAQUITA: You went ten times to that quiz show.
Retrotraducción	LIDIA: He hecho otras cosas. PAQUITA: Has ido diez veces a ese concurso.

Ejemplo 5. Extraído del episodio 1, minuto 03:10.

Este fragmento muestra cómo el traductor elimina la RCE *pasapalabras* y la sustituye por un hiperónimo con el fin de dejar claro al RM de qué se está hablando. Si bien es cierto que en el Reino Unido existieron dos versiones de este programa, una de 1996 llamada *The Alphabet Game* y otra más reciente, de 2016, llamada *Alphabetical*, utilizar estas denominaciones para traducir *pasapalabras* puede acarrear consecuencias indeseadas, como veremos más adelante en la estrategia de la sustitución cultural.

La sustitución en el modelo de Pedersen (2005: 6) implica eliminar la RCE y poner en su lugar otro elemento, ya sea otra RCE o una paráfrasis. Esta estrategia abarca otras dos subestrategias: la sustitución cultural y la paráfrasis. La sustitución cultural consiste en la eliminación de la RCE del TO y su sustitución por otra RCE. Esta RCE puede hacer alusión a otro referente de la cultura de partida que el RM conozca, o puede ser una RCE de la cultura meta (*ibid.*: 6-7).

TO	Me pones unos torreznos y un <i>gin tonic</i> .
TM (alemán)	Ein Bauernfrühstück und einen Gin Tonic.
Retrotraducción	Un bauernfrühstück (desayuno tradicional alemán) y un <i>gin tonic</i> .

Ejemplo 6. Extraído del episodio 5, minuto 19:10.

En este ejemplo vemos cómo se sustituyen los torreznos por un desayuno tradicional alemán. Esta estrategia debe ser usada con precaución, puesto que trasladar a un personaje español a una cultura extranjera puede causar confusión y rechazo en el espectador.

En cuanto a la paráfrasis, Pedersen distingue entre paráfrasis con transmisión de sentido y paráfrasis situacional. En la primera se elimina la RCE, pero se sustituye por una explicación de aquello a lo que hace alusión (*ibid.*: 7). A continuación, podemos observar un ejemplo de uso de esta estrategia.

TO	Además, este corto estaba genial, porque era de la ECAM.
TM (inglés)	Besides this short film was great. It was from Madrid's Cinematography School.
Retrotraducción	Además, este corto estaba genial. Era de la Escuela de Cinematografía de Madrid.

Ejemplo 7. Extraído del episodio 5, minuto 00:43.

El ejemplo 7 muestra cómo el traductor ha sustituido *la ECAM* por *Madrid's Cinematography School*. Puesto que la ECAM es una institución que no se conoce en la paracultura angloparante, el uso de esta estrategia permite aclarar el significado de esta referencia para que el RM se haga una idea de lo que se habla en esa escena.

En la segunda estrategia, la paráfrasis situacional, se elimina la RCE y no se mantiene el sentido de lo que el TO dice, sino que se sustituye por algo que sea adecuado para la situación dada (*ibid.*: 8), tal y como observamos a continuación:

TO	Me comí tu bollycao.
TM (italiano)	Mi sono mangiata il tuo gelato.
Retrotraducción	Me comí tu helado.

Ejemplo 8. Extraído del episodio 2, minuto 16:50.

En este ejemplo, se sustituye un bollo relleno de chocolate, el bollycao, por un helado, algo que poco tiene que ver con el primero. Dado que este elemento era irrelevante para la trama y no aparecía en pantalla en ningún momento, la situación permitió que se hiciera una sustitución de este tipo. Retener la RCE sería confuso para el RM, y explicarla mediante la adición o la paráfrasis sería costoso en términos de caracteres en pantalla.

Por último, la omisión es la mera eliminación de la RCE (Pedersen 2005: 8). En el siguiente ejemplo vemos cómo Clara Ciccioni hace uso de esta estrategia al eliminar el nombre de la película *Woman on Top*.

TO	¿O cómo te crees que hizo <i>Woman on Top</i> Penélope Cruz?
TM (italiano)	L'ha fatto anche Penélope Cruz.
Retrotraducción	También lo ha hecho Penélope Cruz.

Ejemplo 9. Extraído del episodio 1, minuto 00:17.

En este caso, de nuevo, el nombre de la película es irrelevante para la trama. La traductora podría haber utilizado el equivalente oficial de esa película, pero eso tendría un coste de caracteres que se puede ahorrar sin graves consecuencias en la transmisión del sentido.

Una vez hecha una revisión de la clasificación de estrategias que emplearemos en nuestro trabajo, conviene recordar que, tal y como mencionamos en apartados anteriores, el falso documental aspira a crear una falsa realidad; una ilusión que propicie que el espectador crea que lo que está viendo es cierto. El uso de RCE es un factor clave a la hora de crear esta realidad ficticia, por lo que los traductores de este género tienden a mantener esas referencias en la medida de lo posible.

Sin embargo, el espectador necesita entender lo que ocurre y, a menudo, la presencia de RCE desconocidas dificulta la comprensión de la trama. Es por ello por lo que los traductores deben tomar una decisión razonada de la estrategia que emplean en cada caso, ya que algunas de ellas tienen como objetivo explicar el significado de las RCE, mientras que otras ayudan a anclar a los personajes y los acontecimientos al lugar donde tienen lugar los hechos: a España. La siguiente figura muestra cómo Pedersen distingue entre estrategias orientadas hacia el receptor meta y estrategias orientadas a la cultura de origen.

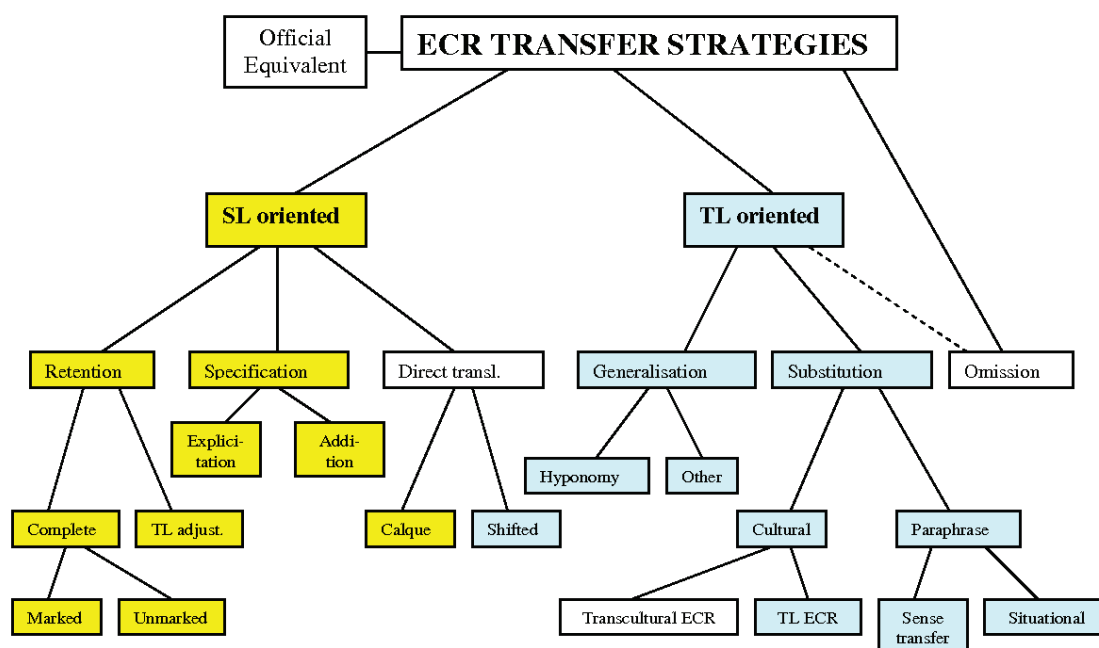


Fig. 1. Taxonomía de las estrategias de traducción de RCE. Extraído de Pedersen (2005: 4).

Las estrategias de retención y especificación, así como, en parte, la traducción directa, buscan mantener la esencia de las RCE para dar un cierto sabor extranjerizante a la traducción. El uso de estas estrategias transporta al espectador a España y lo envuelve en una atmósfera que, además, proporciona verosimilitud a los hechos que se narran. Por otro lado, las estrategias de generalización, sustitución y, en parte, la omisión intentan

asegurar la comprensión del RM a costa de eliminar los rasgos de la cultura española que aportan las RCE. Al eliminar algunos elementos muy concretos de la cultura de partida, el RM puede seguir con mayor fluidez el hilo argumental, lo cual ayuda a mantener su atención y a conseguir el fin último de la serie: entretener.

En el siguiente apartado, analizaremos el uso que los traductores *de Paquita Salas* hacen de estas estrategias, y observaremos cuáles son las más productivas. Asimismo, estudiaremos las diferencias y similitudes que existen entre las traducciones de los tres idiomas mencionados según la LM y sus rasgos semánticos comunes.

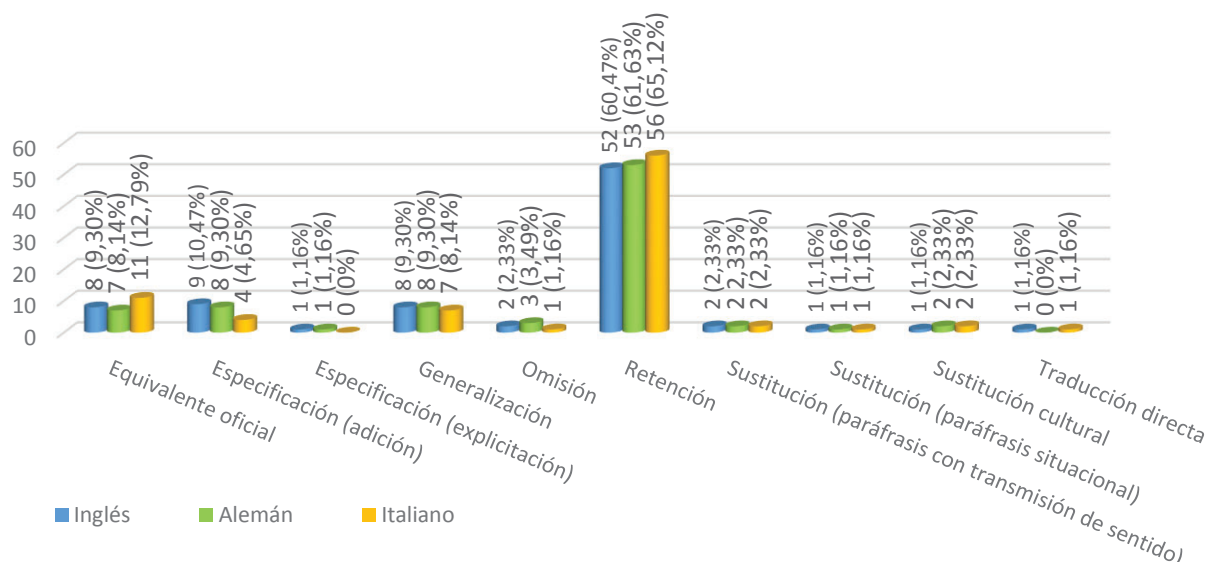
3.4. ANÁLISIS DE LA TRADUCCIÓN DE LAS RCE EN *PAQUITA SALAS*

A continuación, realizaremos un análisis de la traducción de las RCE que aparecen en la serie *Paquita Salas* en sus versiones subtituladas al inglés, al alemán y al italiano. Se llevará a cabo, en primer lugar, un análisis general en el que solo tendremos en cuenta la variable lengua meta (LM). De este modo, podremos identificar si existe alguna diferencia reseñable entre las tres culturas estudiadas. En segundo lugar, a esta primera variable, se le añadirá una segunda, relativa al campo semántico al que pertenecen las RCE. De esta manera, esperamos averiguar si el tipo de RCE influye en la estrategia seleccionada.

Los datos de frecuencia de uso de cada estrategia se presentarán en forma de diagrama de barras, en cuyo eje de ordenadas se representa el número de veces que se han usado las estrategias. Sobre cada barra, se muestra el valor exacto de cada caso, tanto en términos absolutos, como en porcentaje sobre el total de RCE de cada grupo. Para consultar la muestra en su totalidad, el lector puede dirigirse a los anexos I, II y III, donde encontrará todos los datos recogidos de las versiones en inglés, alemán e italiano, respectivamente.

3.4.1. Análisis según la lengua meta

En la gráfica 1 podemos observar que la frecuencia uso de cada una de las estrategias es similar en las tres traducciones. La estrategia más utilizada es la retención, que acumula más del 60% de los casos en las tres LM. Le siguen de lejos las estrategias de adición, generalización y equivalente oficial, con valores que rondan el 10% en cada caso.



Gráfica 1. Frecuencia de uso de estrategias de traducción de RCE según lengua meta

La única diferencia apreciable, aunque muy ligeramente, es una mayor proporción de equivalentes oficiales y una menor proporción de adiciones en la versión en italiano. Esto podría deberse a que la cultura italiana es más cercana a la española que las demás, lo cual explicaría estos dos fenómenos. Por un lado, esta cercanía facilita la existencia de más referentes españoles que tengan una denominación oficial en italiano. Por otro lado, la necesidad de hacer aclaraciones disminuye a medida que dos culturas se acercan.

En cualquier caso, a primera vista, parece que todos los traductores toman decisiones extranjerizantes, como el empleo de la retención y la adición. El uso de este tipo de estrategias tiene mucho sentido en el falso documental, ya que la presencia de RCE ayuda a hacer más verosímil la ficción al anclar la trama al lugar donde ocurren los hechos. Del mismo modo que el espectador español experimenta un producto audiovisual con una fuerte carga cultural española, estas estrategias favorecen que el espectador extranjero tenga una sensación similar, lo cual consigue en ambos públicos una experiencia equivalente en este sentido.

No obstante, existen otras RCE que son más difícilmente reconocibles por el espectador extranjero, por lo que un exceso de estrategias extranjerizantes podría hacerle perder el hilo si esas RCE fueran relevantes para la trama. Eso explica el uso considerable de estrategias como la generalización o, incluso, la adición, que ayudan al RM a no perder información vital para seguir el hilo argumental. Tal y como vemos en el ejemplo 10, la adición le da contexto a la RCE, lo cual contribuye a que el espectador la entienda, del mismo modo que la entendería el espectador español medio.

TO	Es Lidia San José, la niña de <i>¡Ala... Dina!</i>
TM (alemán)	Sie ist Lidia San José, aus der Serie <i>Ala... Dina!</i>
Retrotraducción	Es Lidia San José, de la serie <i>¡Ala... Dina!</i>

Ejemplo 10. Extraído del episodio 3, minuto 04:53.

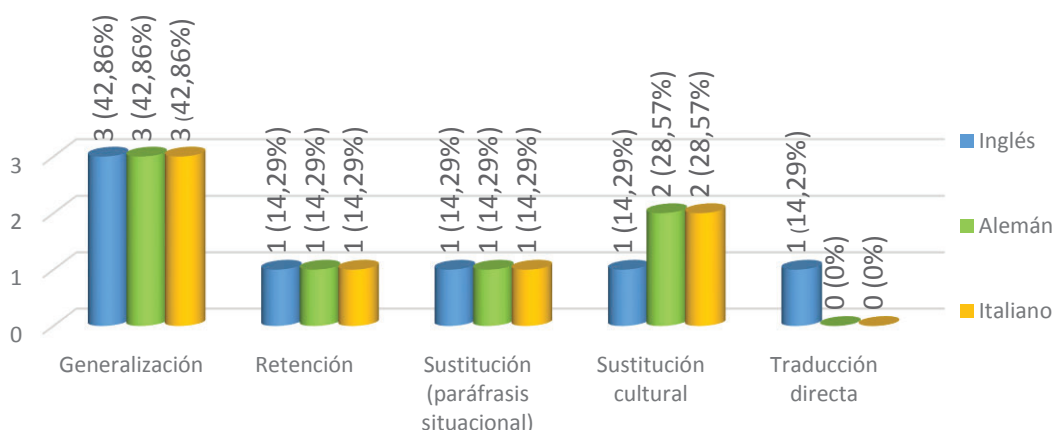
En conclusión, a grandes rasgos, parece que existen las mismas tendencias a la hora de emplear las estrategias de traducción de RCE en las tres lenguas, con excepción de esa ligera diferencia en la versión italiana. En adelante, estudiaremos de manera más detallada las RCE según su campo semántico con el fin de observar si los resultados coinciden.

3.4.2. Análisis según la lengua meta y el campo semántico de las RCE

A continuación, analizaremos el empleo de las diferentes estrategias de traducción de RCE combinando las variables de LM y de campo semántico al que pertenecen estas referencias. Hemos identificado los siguientes campos semánticos: gastronomía; toponimia; celebridades; productos audiovisuales; eventos y premios; y nombres comerciales y de instituciones.

3.4.2.1. Gastronomía

Las referencias a elementos de la gastronomía tienen una amplia presencia en todo tipo de producciones audiovisuales. Es por ello por lo que es de esperar que aparezcan también en *Paquita Salas*, pero ¿qué estrategias se usan para trasladar esas realidades a otras lenguas?



Gráfica 2. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de la gastronomía

Tal y como podemos observar en la gráfica 2, las tres lenguas estudiadas presentan datos similares. La estrategia que más se usa para trasvasar a otras lenguas las referencias a la gastronomía es la generalización (43%). Esta estrategia es muy versátil en la subtitulación, ya que permite trasladar una idea a otra lengua sin necesidad de añadir

explicaciones que aumenten el número de caracteres por segundo. Además, muchas de las referencias gastronómicas se prestan a explicarse a través de su ingrediente principal. Un ejemplo claro es la RCE *quicos*⁸, que se generalizó en las tres lenguas teniendo en cuenta su ingrediente principal: el maíz.

La siguiente estrategia más empleada (29% en el caso de alemán e italiano) ha sido la de la sustitución cultural. Esta estrategia permite domesticar las RCE españolas para convertirlas en elementos de la cultura meta. De este modo, se ha traducido, por ejemplo, la RCE *empanadillas* por *Pasteten*, un plato alemán que es más parecido a un pastel o empanada de carne que a una empanadilla. Con el uso de esta estrategia se corre el riesgo de sacar al espectador de la trama, ya que en una serie española no es de esperar que los protagonistas se alimenten de platos propios de la cultura del espectador extranjero, razón por la cual vemos que esta estrategia se emplea con una frecuencia relativamente baja.

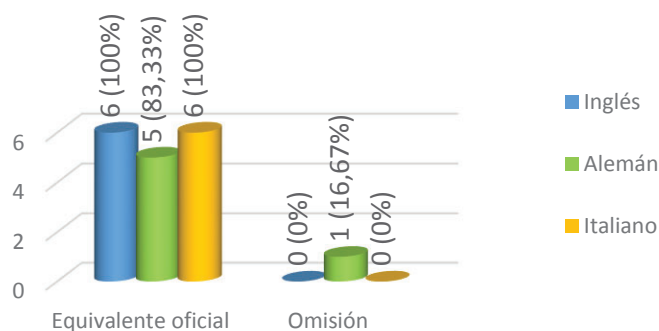
Algo similar ocurre con la estrategia de paráfrasis situacional, con la que los traductores sustituyen un elemento de la gastronomía española por otro con el que no guarda relación, pero que encaja bien en la escena. Así, en la versión italiana se tradujo *bollycao* por *gelato* (helado) sin ningún impacto significativo en el hilo argumental. Esta estrategia, de nuevo, se utiliza con precaución (14% en las tres versiones traducidas), ya que está supeditada a varios factores, como la relevancia que tiene dicha RCE para la trama, o la aparición o no del referente en pantalla.

Por último, otra de las estrategias que se han utilizado con precaución ha sido la retención (14% en las tres versiones traducidas). Esta estrategia permite anclar al espectador al contexto español, con el riesgo de que este pierda información. Sin embargo, podemos observar cómo se ha empleado únicamente en aquellos casos en los que el contexto comunicativo aclara su significado y, por tanto, el RM tiene claro de qué se habla. Antes de que se mencione la marca de ginebra *Larios*, por ejemplo, en el diálogo se habla de ginebras, por lo que el RM no necesita aclaraciones sobre el significado de esa RCE.

3.4.2.2. Toponimia

La toponimia es otra de las fuentes habituales de RCE en los productos audiovisuales en general. Es inevitable que, si la acción de una historia ocurre en un lugar específico, aparezcan topónimos relativos a ese lugar o a otros cercanos.

⁸ Tentempié que se hace con maíz tostado y salado al que se le añaden habitualmente otros saborizantes.



Gráfica 3. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de la toponimia

Tal y como se observa en la gráfica 3, hemos identificado una estrategia que destaca a la hora de trasladar estas realidades a la LM: el equivalente oficial. Esta estrategia podría confundirse con la retención en muchos casos, como por ejemplo *Madrid*, que se mantiene como *Madrid* en inglés, alemán e italiano, al igual que otros topónimos como *Valladolid* o *Barcelona*. No obstante, hay una diferencia clara en el proceso cognitivo que lleva al traductor a utilizar la misma denominación cuando recurre a la retención y cuando recurre al equivalente oficial.

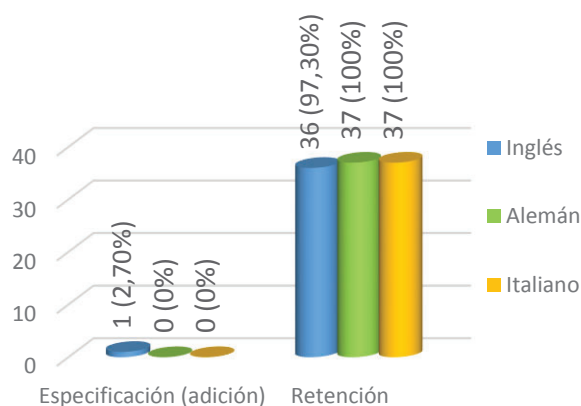
Cuando el traductor hace uso de la retención, la decisión de mantener la RCE como en la lengua de origen emana de sí mismo. Sin embargo, cuando en la cultura meta se conocen esas ciudades con el mismo nombre que en español, la utilización de esa denominación no responde a la decisión personal del traductor, sino al uso de esa denominación en la cultura meta. Una retención tendría lugar en el caso de que se tradujera, por ejemplo, *Sevilla* por *Sevilla* en inglés, ya que esta ciudad cuenta con un equivalente oficial diferente en esa lengua, *Seville*, que el traductor habría decidido conscientemente no emplear con una finalidad concreta.

En este sentido, tal y como refleja la gráfica 3, la estrategia dominante en todas las LM es el equivalente oficial. Solo en una ocasión se empleó una estrategia distinta en el subtítulo alemán, en el que se omitió un topónimo irrelevante para la trama. Por lo tanto, podemos concluir que, de nuevo, no existen diferencias significativas en el uso de estrategias de traducción de RCE entre las tres lenguas estudiadas.

3.4.2.3. Celebridades

En una obra como *Paquita Salas*, en la que se hace un uso intensivo de RCE relacionadas con el cine, es inevitable que aparezcan nombres propios de actores, actrices, directores de cine, y otro tipo de personas famosas. El uso de estas RCE tiene un objetivo claro en

la serie: dar realismo a lo que se cuenta. En ocasiones, esas personas que se mencionan aparecen en pantalla, y algunas incluso tienen un papel protagonista en la trama.



Gráfica 4. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de los nombres de celebridades

Como podemos observar en la gráfica 4, los traductores de las tres lenguas han optado por la estrategia de retención casi de forma exclusiva (100% en el caso de alemán e italiano, y 97,3% en el caso del inglés). Solo en un caso de la traducción al inglés se recurre a la adición para añadir información sobre una RCE. Esta preponderancia de la retención viene explicada por tres razones principales: la relevancia de esas RCE para la trama, su reconocimiento por parte del espectador y la intención de crear una ficción verosímil.

En primer lugar, muchas de estas celebridades que se nombran no tienen una gran relevancia para la trama. En muchos casos, simplemente se nombran como parte de anécdotas sin las cuales se podría seguir el hilo argumental perfectamente. Por ello, no son necesarias estrategias como la generalización o la adición que añadan información contextual a cada personaje. Una simple retención resulta suficiente. Un ejemplo de ello es la RCE *Achero Mañas*, que aparece en el minuto 18:47 del primer episodio. Achero Mañas es un director y actor español que aparece en el diálogo como parte de una anécdota, y su presencia en ella carece de toda relevancia para el hilo argumental.

En segundo lugar, las diferencias entre las RCE que capta el espectador español y las que capta el espectador extranjero no son significativamente altas por varias razones. Por un lado, en muchos casos, el contexto aclara de qué tipo de celebridad se está hablando. Por otro lado, muchas de ellas son solo reconocibles por expertos en el mundo del cine español, lo que hace que el espectador medio, tanto español como extranjero, no capte las referencias en su totalidad. En el minuto 02:31 del episodio 4, por ejemplo, se menciona a Luis San Narciso, director de reparto de reconocido prestigio en el mundo del cine español, pero desconocido para el público general español y extranjero. El contexto en el

que aparece este antropónimo da pistas sobre quién es, pues se trata de un monólogo en el que Paquita habla de cómo lanzar a la fama a una de sus actrices, y afirma *esto [su foto] se lo mando yo a Luis San Narciso y me manda a tomar por culo*. Por el contexto, tanto el espectador español como el extranjero puede intuir quién es Luis San Narciso sin que se diga de manera explícita, por lo que la retención funciona perfectamente.

En tercer lugar, otra de las razones por las que la retención es una estrategia tan empleada en este grupo de RCE es la capacidad que tienen estas referencias para construir la realidad ficticia típica del falso documental. Al mantener las referencias crudas, por un lado, se consigue que el discurso se aleje de la oralidad prefabricada del cine, y, por otro, se presenta ante el espectador una serie de personajes no ficticios que dan veracidad a la trama por el simple hecho de aparecer en el diálogo. Un ejemplo claro es el diálogo del minuto 13:51 del episodio 4, en el que Paquita le dice a una de sus actrices, a quien le ha conseguido un trabajo, lo siguiente: *Mira, la serie es con Yon González*. El uso del nombre de un actor español en el diálogo contribuye a sacar de la ficción al espectador y a traerlo al plano de la realidad. Para cumplir este cometido en las versiones traducidas, los traductores han empleado de manera muy acertada la estrategia de la retención.

En resumen, optar por otras estrategias que redunden en aclaraciones (como la adición o la paráfrasis), no solo saturaría los subtítulos de caracteres, sino que, además, haría que la comprensión de las RCE fuera incluso mayor en el público extranjero que en el español. Otras estrategias que eliminen las RCE o las neutralicen (como la omisión o la generalización) harían que el efecto de realismo que se consigue en la versión original se pierda en la versión traducida. Por todo ello, la retención resulta idónea para este tipo de RCE.

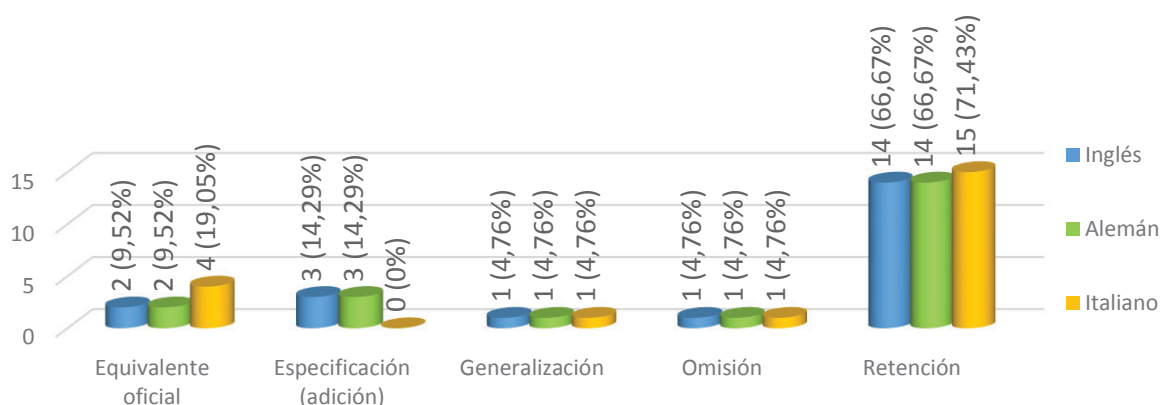
3.4.2.4. Productos audiovisuales

Al igual que ocurre con las celebridades, el reconocimiento de este tipo de RCE depende mucho del interés de los espectadores por el cine español. Sin embargo, es más probable que el público general reconozca una serie o una película antes que los actores, actrices y directores que participaron en su grabación. Por esta razón, el reconocimiento de los productos audiovisuales por parte de los espectadores varía más en este grupo que en el anterior. Además, dentro de cada paracultura estudiada (españoles, angloparlantes, germanoparlantes e italo parlantes) existe una diacultura formada por personas interesadas

en el mundo del cine español, lo cual contribuye a que el reconocimiento de las RCE sea dispar también entre los integrantes de cada paracultura dada.

Esta disparidad queda bien reflejada en el uso de estrategias de traducción que se emplean para trasladar estas RCE a otras lenguas. En la gráfica 5 podemos observar que, efectivamente, la estrategia más utilizada es la retención, al igual que ocurría con las celebridades. Sin embargo, vemos que también se recurre a otras estrategias como el equivalente oficial, la adición, y, en menor medida, la omisión y la generalización.

Es interesante observar que en la versión italiana se hace un mayor uso del equivalente oficial (19,05%) que en las versiones inglesa o alemana (9,52%). Esto se debe a la existencia de una mayor proximidad entre las culturas italiana y española, que queda patente en el hecho de que muchas producciones de nuestro país se traducen y emiten en Italia, como es el caso de las series *El Príncipe* o *Física o Química*. Por consiguiente, este tipo de producciones audiovisuales cuentan con una denominación oficial en dicho país, mientras que en las culturas angloparlante y germanoparlante no existen.



Gráfica 5. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres de productos audiovisuales

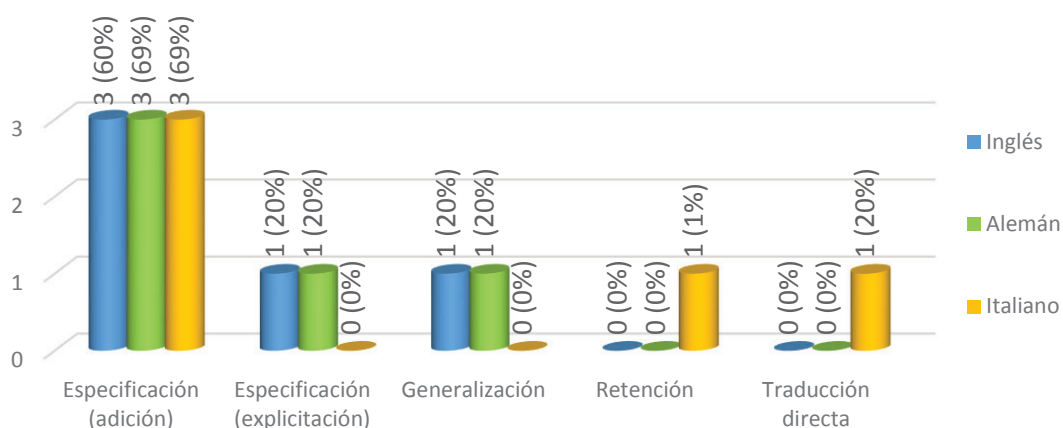
Además, en la traducción italiana no se han registrado en este grupo de RCE ejemplos de adición, una estrategia bastante socorrida en las otras dos versiones (14,29%), mediante la cual se añadía la aclaración *serie* a nombres de series como *SMS* o *Puente Viejo*. Esto podría deberse también a esta cercanía entre culturas, que propicia el reconocimiento de más RCE y la ausencia de la necesidad de añadir aclaraciones que las pongan en contexto.

3.4.2.5. Eventos y premios de cine

Una vez más, en este grupo se recogen RCE que pertenecen al ámbito del cine español. Sin embargo, a diferencia de los anteriores, estas son más reconocibles por el público general español (como los Goya), e incluso tienen mayor relevancia para la trama (como

la Seminci). Esto hace que la retención ya no sea tan recomendable, debido a que esta estrategia provocaría lagunas informativas en el espectador extranjero que no existen en el espectador español.

De este modo, observamos en la gráfica 6 que la estrategia estrella en este grupo es la adición. Tal estrategia permite mantener la RCE intacta, con lo que no se pierde ese sabor extranjeroizante que proporcionan las referencias a la cultura española, pero al mismo tiempo se consigue igualar la comprensión de las RCE entre el público español y el público extranjero.

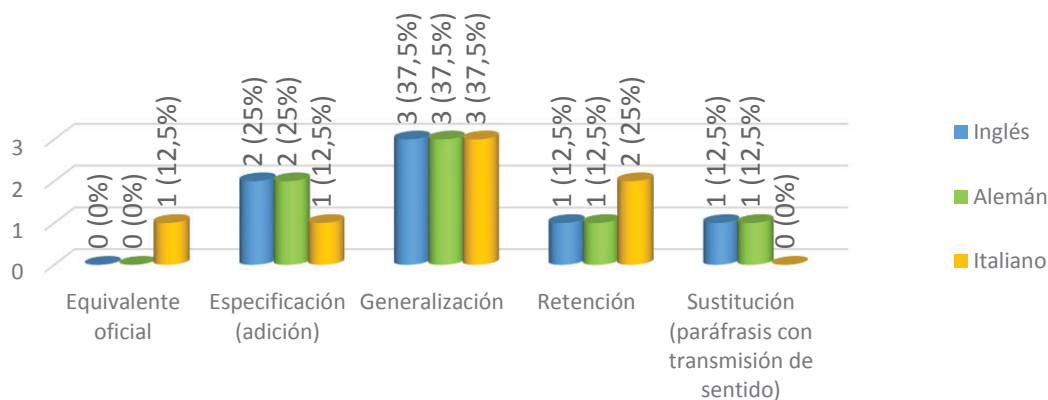


Gráfica 6. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres de eventos y premios de cine

Además, y como se constata también en la gráfica 6, se registra un uso de la retención en la traducción al italiano (*il Forqué*), mientras que en las otras dos versiones no se emplea esta estrategia. Esto se podría explicar, de nuevo, por la mayor cercanía entre las culturas audiovisuales española e italiana, que hace que sean necesarias menos aclaraciones que en las otras dos paraculturas.

3.4.2.6. Nombres comerciales y de instituciones

En este grupo de referencias encontramos, nuevamente, una distribución de estrategias más dispar en la versión en italiano. En efecto, si observamos la gráfica 7, podremos ver que la frecuencia de uso de las distintas estrategias en la traducción al inglés coincide con la de la versión en alemán. Además, la estrategia más empleada es la de generalización en todas las versiones. Sin embargo, en la versión italiana se hace un mayor uso de la retención y del equivalente oficial que en las otras dos traducciones.



Gráfica 7. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres comerciales y de instituciones

Esto, al igual que en los casos anteriores, se puede deber a la proximidad entre las culturas española e italiana. Además, el uso de estas dos estrategias, junto con la de adición, responde en gran parte a las indicaciones de Netflix (2020d) de mantener los nombres de marcas comerciales en las versiones traducidas.

Por su parte, el empleo de las estrategias de generalización y paráfrasis con transmisión de sentido se debe a la importancia para la trama que tienen algunas de estas RCE. Las referencias a Renfe, Rumbo⁹ o a los 40¹⁰, por ejemplo, se hacen para hablar, sencillamente, de la estación de trenes, de agencias de viajes o de música. Los nombres comerciales en sí son irrelevantes, pero la información que transmiten es necesaria para seguir el hilo argumental. Además, como ya hemos apuntado anteriormente, un exceso de RCE desconocidas puede abrumar al espectador y hacerle perder el hilo, por lo que los traductores han optado por eliminar las RCE y salvar la información subyacente a ellas.

4. CONCLUSIONES

Ya desde el capítulo introductorio nos planteamos una serie de objetivos que hemos procurado alcanzar a lo largo de este trabajo. En este último capítulo, procederemos a hacer una revisión de tales objetivos y de los resultados a los que hemos llegado. Posteriormente, abordaremos las limitaciones de este trabajo y las posibles vías futuras de investigación que pueden derivarse de él.

El primero de nuestros objetivos consistía en conocer cuáles eran las estrategias más empleadas en la traducción para subtítulo de RCE en el falso documental. Para alcanzarlo, hemos acudido a diversas herramientas teóricas que nos han ayudado a lo

⁹ Agencia de viajes online española.

¹⁰ Forma apocopada de *Los 40 Principales*, emisora de radio musical española.

largo de este camino. En este sentido, las definiciones de *cultura* de Tylor (1903: 1) y Göhring (1978: 10) nos han servido de punto de partida para entender el concepto de RCE, lo cual más tarde nos ayudaría a elegir un modelo de clasificación de estrategias de RCE ajustada a nuestros objetivos. De este modo, una vez analizados los datos obtenidos de nuestra muestra, hemos podido observar que la estrategia más empleada en *Paquita Salas* es la de retención, que representa más del 60% de las traducciones de RCE. También hemos observado que las estrategias de adición, generalización y equivalente oficial tienen una frecuencia de aparición relativamente elevada.

En segundo lugar, tratamos de indagar sobre las razones que llevan al traductor de falsos documentales a usar cada estrategia en cada caso. Los conceptos de paracultura y diacultura de Vermeer (1992b: 32) nos han dado las claves para diferenciar los distintos públicos objetivo de la serie objeto de estudio: por un lado, el público general español y, por otro, el público versado en el mundo del cine español. De este modo, hemos observado que hay RCE que son captadas solo por el segundo grupo, mientras que hay otras que gozan de un reconocimiento mayor por parte del público general. Asimismo, las dificultades del subtítulo que estudiamos en el apartado 2.2 nos han servido para entender mejor las decisiones de los traductores: circunstancias como el número de caracteres por segundo o la aparición en pantalla de una RCE condicionan en gran medida la toma de decisiones. Del mismo modo, las definiciones de *falso documental* que nos han aportado Ligeró (2015: 180), Donstrup (2020: 175) y García Martínez (2004: 138) nos han sido de gran ayuda para definir las características propias de este género audiovisual y, por ende, las características que deben cumplir sus traducciones.

En este sentido, hemos conseguido identificar tres aspectos que son decisivos a la hora de escoger una u otra estrategia en el falso documental, a saber: la relevancia de la RCE para la trama, el reconocimiento de la RCE por parte del público general y la intención de crear una ficción verosímil. De este modo, hemos observado que cuanto mayor es la relevancia de la RCE para la trama y cuanto menos reconocida es, se toman decisiones menos extranjerizantes y más orientadas al RM. No obstante, la intención de crear una ficción verosímil empuja al traductor en la dirección opuesta, esto es, lo hace mantener las RCE lo más crudas posible, con el fin de anclar al espectador al lugar donde ocurre la acción.

El tercer objetivo que nos planteamos fue averiguar si la elección de las estrategias de traducción de RCE dependía de la cultura de origen del RM. Tal y como hemos observado, las diferencias que existen entre las tres traducciones analizadas son

prácticamente anecdóticas. Solo en el caso de la traducción italiana hemos observado una cierta tendencia a emplear estrategias como el equivalente oficial, debido probablemente a la mayor proximidad cultural que guarda Italia con España, lo cual propicia la existencia de denominaciones oficiales en italiano de elementos de la cultura española. Del mismo modo, hemos observado una frecuencia menor en el empleo de la estrategia de adición en la traducción al italiano, lo cual podría explicarse, de nuevo, por esta proximidad cultural, que hace innecesarias algunas aclaraciones de las RCE.

En cuarto lugar, nos propusimos investigar si existe alguna relación entre la elección de estrategias de traducción y el campo semántico de las RCE. De este modo, hemos visto cómo, efectivamente, el campo semántico es la variable que más afecta a esta decisión. Hemos observado diferencias claras en la manera de trasladar estas realidades a otras lenguas según se trataran de topónimos, elementos de la gastronomía, o eventos de cine, por nombrar solo algunos. En este sentido, hemos podido observar cómo en la traducción de topónimos predomina el equivalente oficial, mientras que en la gastronomía cobran mayor protagonismo otras estrategias, como la generalización o la sustitución cultural.

No obstante los resultados anteriores, debemos tener en cuenta que este trabajo es una primera aproximación, por lo que no está libre de ciertas limitaciones. Si bien la escasa investigación sobre la traducción del falso documental nos ha llevado a orientar nuestro estudio a este género audiovisual, el alcance de este trabajo está limitado por un corpus relativamente reducido, ya que solo contiene datos de una única obra. Además, a pesar de que la muestra total cuenta con más de 80 elementos, al dividir esta muestra según el criterio semántico hemos obtenido grupos que poseen menos de una decena de RCE.

A la vista de esto, como sugerencia para futuras investigaciones, proponemos ampliar la muestra de este estudio para así obtener resultados más fiables. Otras vías de investigación podrían encaminarse a contrastar estos resultados con datos extraídos de otros falsos documentales, para así verificar si se cumplen estos resultados para otras obras del mismo género. Asimismo, convendría incluir en el análisis otras lenguas de culturas más alejadas de la española, con el fin de investigar si existen diferencias significativas en el uso de estrategias de traducción de RCE en otros contextos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ambrossi, Javier; Javier Calvo. 2016. *Paquita Salas*. Netflix. Consultado el día 05/04/2021 en <https://cutt.ly/OcV81kP>.
- Bernal Merino, Miguel Ángel. 2018. *La traducción audiovisual. Análisis práctico de la traducción para los medios audiovisuales e introducción a la teoría de la traducción filológica*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- Bordwell, David; Kristin Thompson. 2004. *Film Art: An Introduction*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Chaume, Frederic. 2001. «La pretendida oralidad de los textos audiovisuales y sus implicaciones en traducción». *La traducción en los medios audiovisuales*. Ed. Frederic Chaume y Rosa Agost. Castellón: Universidad Jaume I. 77-88.
- Chiaro, Delia. 2013. «Audiovisual Translation». *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. Ed. Carol Chapelle. Ames: Iowa State University. 290-295.
- Díaz Gandasegui, Vicente. 2012. «Espectadores de falsos documentales. Los falsos documentales en la sociedad de la información». *Athenea Digital* 12(3). 153-162.
- Donstrup, Mayte. 2020. «Tensiones televisivas: el falso-documental como herramienta ideológica». *ZER: Revista de Estudios de Comunicación* 25 (49). 171-187.
- Ganga Ganga, Rosa María. 2004. «Cambios y permanencias en el documental de la era digital». *Arte y nuevas tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*. Ed. Miguel Ángel Muro Munilla. 469-482.
- García Martínez, Alberto. 2004. «En las fronteras de la no-ficción. El falso documental (definición y mecanismos)». *Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales*. Ed. Jorge Latorre Izquierdo, Alfonso Vara Miguel y Montserrat Díaz Méndez. Pamplona: Congreso Internacional de Comunicación. 135-144.
- Göhring, Heinz. 1978. «Interkulturelle Kommunikation: Die Überwindung der Trennung von Fremdsprachen- und Landeskundeunterricht durch einen integrierten Fremdverhaltensunterricht». *Actas del 8º Congreso Anual de la Gesellschaft für Angewandte Linguistik*. Ed. Matthias Hartig. Stuttgart: Hochschulverlag. 9-14.

- Kottak, Conrad Phillip. 2011. *Antropología cultural*. México D. F.: McGraw-Hill.
- León, Bienvenido. 2002. «La divulgación científica a través del género documental. Una aproximación histórica y conceptual». *Mediatika* 8. 69-82.
- Leppihalme, Ritva. 1997. *Culture Bumps. An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Clevedon: Multilingual Matters.
- López Ligeró, Mar. 2015. *El falso documental: evolución, estructura y argumentos del fake*. Barcelona: Editorial UOC.
- Luque Nadal, Lucía. 2009. «Los culturemas ¿unidades lingüísticas, ideológicas o culturales?». *Language Design* 11. 93-120
- Marcelo Winitzer, Gisela. 2007. *Traducción de las referencias culturales en la literatura infantil y juvenil*. Fráncfort del Meno: Peter Lang.
- Mayoral Asensio, Roberto. 1994. «La explicitación de la información en la traducción intercultural». *Estudis sobre la traducció*. Ed. Amparo Hurtado Albir. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I. 73-96.
- 1999. «La traducción de referencias culturales». *Sendebarr: Revista de la Facultat de Traducció e Interpretació* 10-11. 67-88.
- 2001. «Campos de estudio y trabajo en traducción audiovisual». *La traducción para el doblaje y la subtitulación*. Coord. Miguel Duro. Madrid: Ediciones Cátedra. 19-45.
- Mayoral Asensio, Roberto; Ricardo Muñoz Martín. 1997. «Estrategias comunicativas en la traducción intercultural». *Aproximaciones a los estudios de traducción*. Ed. Purificación Fernández y José María Bravo. Valladolid: Servicio de Apoyo a la Enseñanza, Universidad de Valladolid. 143-192.
- Nedergaard-Larsen, Birgit. 1993. «Culture-bound problems in subtitling». *Perspectives: Studies in Translatology* 2. 207-240.
- Netflix. 2020a. «English Timed Text Style Guide». *Netflix Partner Help Center*. Documento de internet consultado el 28/12/2020 en <https://cutt.ly/jh5Kci3>.
- 2020b. «German Timed Text Style Guide». *Netflix Partner Help Center*. Documento de internet consultado el 28/12/2020 en <https://cutt.ly/dh5KnQE>.

- 2020c. «Italian Timed Text Style Guide». *Netflix Partner Help Center*. Documento de internet consultado el 28/12/2020 en <https://cutt.ly/hh5KYZy>.
- 2020d. «Timed Text Style Guide: General Requirements». *Netflix Partner Help Center*. Documento de internet consultado el 28/12/2020 en <https://cutt.ly/dh5KswZ>.
- Nord, Christiane. 1997. *Translating as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained*. Mánchester: St. Jerome Publishing.
- Olalla-Soler, Christian. 2015. «Estudio diacrónico de la traducción de culturemas: la traducción de los culturemas de *Corazón de perro*, de Mijaíl Bulgákov, al español y al alemán». *Actas del VI Congreso Internacional de la AIETI*. Coord. J. J. Amigo Extremera. 314-330.
- Pamies, Antonio. 2017. «The Concept of Cultureme from a Lexicographical Point of View». *Open Linguistics* 3. 100-114.
- Pedersen, Jan. 2005. «How is Culture Rendered in Subtitles?». *MuTra Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*. Saarbrücken: EU-High-Level Scientific Conference Series. 1-18.
- Real Academia Española. 2020. *Diccionario de la Lengua Española*. Documento de internet consultado el 10/12/2020 en <https://dle.rae.es>.
- Soto Almela, Jorge. 2013. «La traducción de culturemas en el ámbito del patrimonio cultural: análisis de folletos turísticos de la Región de Murcia». *Tonos Digital* 24. 1-26.
- Tylor, Edward Burnett. 1903. *Primitive Culture. Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art, and Custom*. Londres: John Murray.
- Vermeer, Hans J. 1992a. «Is Translation a Linguistic or a Cultural Process?». *Ilha do Desterro* 28. 37-49.
- 1992b. *Skopos und Translationsauftrag – Aufsätze*. Fráncfort del Meno: Verlag für Interkulturelle Kommunikation.

- Vinay, Jean-Paul; Jean Darbelnet. 1958. *Stilistique comparée du français et de l'anglais*.
París: Didier.
- 2000. «A Methodology for Translation». *The Translation Studies Reader*. Ed.
Lawrence Venuti. Londres: Routledge.
- Witte, Heidrun. 2005. «Traducir entre culturas. La competencia cultural como
componente integrador del perfil experto del traductor». *Sendebär* 16. 27-58.
- 2008. *Traducción y percepción intercultural*. Granada: Editorial Comares.

ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICAS

Fig. 1. Taxonomía de las estrategias de traducción de RCE. Extraído de Pedersen	27
Gráfica 1. Frecuencia de uso de estrategias de traducción de RCE según lengua meta.....	29
Gráfica 2. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de la gastronomía.....	30
Gráfica 3. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de la toponimia	32
Gráfica 4. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de los nombres de celebridades	33
Gráfica 5. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres de productos audiovisuales	35
Gráfica 6. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres de eventos y premios de cine.....	36
Gráfica 7. Frecuencia de uso de estrategias en la traducción de nombres comerciales y de instituciones.....	37

LISTADO DE ABREVIATURAS

LM: lengua meta

RCE: referencia cultural extralingüística

RM: receptor meta

TAV: traducción audiovisual

TFG: teoría funcionalista general de la traslación

TM: texto meta

TO: texto origen

ANEXO I. TRADUCCIÓN DE RCE AL INGLÉS

Español	Inglés		Localización		Tipo de referente cultural
TO	TM	Estrategia de traducción	Episodio	Minuto	
<i>Woman on Top</i>	Woman on Top	Equivalente oficial	1	00:17	Producción audiovisual
Penélope Cruz	Penélope Cruz	Retención	1	00:17	Celebridades
Macarena García	Macarena García	Retención	1	00:53	Celebridades
Getafe	Getafe	Equivalente oficial	1	01:36	Toponimia
<i>El niño invisible</i>	El niño invisible	Retención	1	01:44	Producción audiovisual
<i>A las 11 en casa</i>	A las 11 en casa	Retención	1	01:48	Producción audiovisual
<i>¡Ala... Dina!</i>	¡Ala... Dina!	Retención	1	01:49	Producción audiovisual
<i>Diez en Ibiza</i>	Diez en Ibiza	Retención	1	01:51	Producción audiovisual
Seminci	film festival	Generalización	1	02:18	Eventos y premios
Lidia San José	Lidia San José	Retención	1	02:20	Celebridades
<i>Pasapalabra</i>	that quizshow	Generalización	1	03:10	Producción audiovisual
<i>Puente Viejo</i>	the main Spanish soap opera Puente Viejo	Especificación (adición)	1	03:33	Producción audiovisual
Albacete y Menkes	Albacete and Menkes	Retención	1	05:32	Celebridades
El Strong	Al Strong	Error de traducción ¹¹	1	05:45	Nombres comerciales/institucionales

¹¹ El Strong es una discoteca del barrio madrileño de Chueca. En la serie se utiliza este referente para dar a entender que el exmarido de Paquita Salas podría haber mantenido relaciones sexuales con hombres. En la oración *Al Strong fue*, el verbo *fue* se corresponde con el pretérito indefinido del verbo *ir*, pero se entendió como un pretérito indefinido del verbo *ser*. Esto dio lugar a un malentendido de la referencia original, que se captó como una alusión a una persona llamada *Al Strong*. Dicho esto, no hemos podido adscribir esta traducción a ninguna de las estrategias del modelo de Pedersen, dado que no se ha conseguido trasladar el sentido de la referencia original.

Vis a Vis	Vis a Vis	Retención	1	07:42	Producción audiovisual
Adam Jezierski	Adam Jezierski	Retención	1	07:51	Celebridades
Raquel Meroño	Raquel Meroño	Retención	1	07:57	Celebridades
Renfe	train station	Generalización	1	09:17	Nombres comerciales/institucionales
Rumbo	online last minute travel agencies	Generalización	1	10:35	Nombres comerciales/institucionales
Valladolid	Valladolid	Equivalente oficial	1	10:40	Toponimia
la Complutense	the Complutense University	Especificación (adición)	1	11:28	Nombres comerciales/institucionales
Laura Cepeda	Laura Cepeda	Retención	1	12:44	Celebridades
Najwa	Najwa	Retención	1	15:45	Celebridades
Amaia Montero	Amaia Montero, the singer	Especificación (adición)	1	16:27	Celebridades
Los 40, la Kiss	Pop? Rock?	Generalización	1	17:41	Nombres comerciales/institucionales
Los Goya	the Goya Awards	Especificación (adición)	1	18:38	Eventos y premios
Achero Mañas	Achero Mañas	Retención	1	18:47	Celebridades
Madrid	Madrid	Equivalente oficial	1	19:02	Toponimia
Toni Acosta	Toni Acosta	Retención	2	01:50	Celebridades
«Física y Química»	Física y Química	Retención	2	03:20	Producción audiovisual
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	2	03:40	Celebridades
Silke	Silke	Retención	2	04:00	Celebridades
Carmen Machi	Carmen Machi	Retención	2	04:06	Celebridades
Carmen Sevilla	Carmen Sevilla	Retención	2	04:07	Celebridades

<i>Mar de Plástico</i>	"Mar de Plástico"	Retención	2	04:38	Producción audiovisual
tigretones	chocolate rolls	Generalización	2	05:13	Gastronomía
vecinita	∅	Omisión	2	05:37	Otros
FHM	FHM magazine	Especificación (adición)	2	05:38	Nombres comerciales/institucionales
vecinitas de FHM	girls on that magazine	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	2	05:42	Otros
Hiba Abouk	Hiba Abouk	Retención	2	06:03	Celebridades
<i>El Príncipe</i>	"El Príncipe"	Retención	2	06:34	Producción audiovisual
Amaia Salamanca	Amaia Salamanca	Retención	2	09:43	Celebridades
SMS	the SMS series	Especificación (adición)	2	09:47	Producción audiovisual
Elena Anaya	Elena Anaya	Retención	2	14:33	Celebridades
Eduardo Noriega	Eduardo Noriega	Retención	2	14:38	Celebridades
Fele	Fele	Retención	2	14:39	Celebridades
Macarena Gómez	Macarena Gómez	Retención	2	15:17	Celebridades
bollycao	dessert	Sustitución (paráfrasis situacional)	2	16:50	Gastronomía
<i>Velvet</i>	"Velvet"	Equivalente oficial	2	17:47	Producción audiovisual
Mariona Terés	Mariona Terés	Retención	3	00:06	Celebridades
Camilla Isola	Camilla Isola	Retención	3	00:27	Celebridades
<i>Los Borgia</i>	"Los Borgia"	Retención	3	00:34	Producción audiovisual
Belinda Washington	Belinda Washington	Retención	3	03:23	Celebridades
<i>¡Ala... Dina!</i>	the TV series "¡Ala... Dina!"	Especificación (adición)	3	04:53	Producción audiovisual

Navarrete	Navarrete	Equivalente oficial	3	07:12	Toponimia
<i>B&B</i>	B&B	Retención	3	09:06	Producción audiovisual
<i>Rex, un policía diferente</i>	"Rex, un policía diferente"	Retención	3	10:30	Producción audiovisual
<i>Ana y los siete</i>	"Ana y los siete"	Retención	3	10:33	Producción audiovisual
Yon González	Jon González	Retención	3	13:51	Celebridades
empanadillas	pasties	Traducción directa	3	20:32	Gastronomía
Luis San Narciso	Luis San Narciso	Retención	4	02:31	Celebridades
Gallina Blanca	"Gallina Blanca"	Retención	4	03:25	Nombres comerciales/institucionales
Barcelona	Barcelona	Equivalente oficial	4	03:35	Toponimia
Alterio	Alterio	Retención	4	05:18	Celebridades
Eduardo Casanova	Eduardo Casanova	Retención	4	08:00	Celebridades
<i>Aída</i>	"Aída"	Retención	4	08:02	Producción audiovisual
Natalia Molina	Natalia Molina	Retención	4	11:10	Celebridades
Ángela Molina	Ángela Molina	Retención	4	12:21	Celebridades
Boadilla del Monte	Boadilla del Monte	Equivalente oficial	5	00:27	Toponimia
la ECAM	Madrid's Cinematography School	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	5	00:43	Nombres comerciales/institucionales
Topacio	"Topacio"	Retención	5	01:32	Celebridades
Actriz Revelación	Best New Actress	Especificación (explicitación)	5	02:13	Eventos y premios
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	5	04:00	Celebridades
<i>El palomo cojo</i>	"El palomo cojo"	Retención	5	04:02	Producción audiovisual

Cristina Blanco	Cristina Blanco	Retención	5	04:10	Celebridades
María Rosa Cobo	María Rosa Cobo	Retención	5	04:13	Celebridades
Antonio Albella	Antonio Albella	Retención	5	06:53	Celebridades
el Feroz	The Feroz Award	Especificación (adición)	5	07:57	Eventos y premios
el Forqué	The Forqué Award	Especificación (adición)	5	07:59	Eventos y premios
Fernando González Molina	Fernando González Molina	Retención	5	10:35	Celebridades
Doritos	a bag of chips	Generalización	5	15:13	Gastronomía
torreznos	fried bacon	Sustitución cultural	5	19:10	Gastronomía
quicos	fried corn	Generalización	5	19:13	Gastronomía
Larios	Larios	Retención	5	19:17	Gastronomía
Acacias	∅	Omisión	5	21:06	Producción audiovisual
Dulceida	Dulceida	Retención	5	23:53	Celebridades

ANEXO II. TRADUCCIÓN DE RCE AL ALEMÁN

Español	Alemán		Localización		Tipo de referente cultural
TO	TM	Estrategia de traducción	Episodio	Minuto	
<i>Woman on Top</i>	Woman on Top	Equivalente oficial	1	00:17	Producción audiovisual
Penélope Cruz	Penélope Cruz	Retención	1	00:17	Celebridades
Macarena García	Macarena García	Retención	1	00:53	Celebridades
Getafe	Getafe	Equivalente oficial	1	01:36	Toponimia
<i>El niño invisible</i>	El niño invisible	Retención	1	01:44	Producción audiovisual
<i>A las 11 en casa</i>	A las 11 en casa	Retención	1	01:48	Producción audiovisual
<i>¡Ala... Dina!</i>	¡Ala... Dina!	Retención	1	01:49	Producción audiovisual
<i>Diez en Ibiza</i>	Diez en Ibiza	Retención	1	01:51	Producción audiovisual
Seminci	Filmfestival	Generalización	1	02:18	Eventos y premios
Lidia San José	Lidia San José	Retención	1	02:20	Celebridades
<i>Pasapalabra</i>	Quizshow	Generalización	1	03:10	Producción audiovisual
<i>Puente Viejo</i>	die Serie Puente Viejo	Especificación (adición)	1	03:33	Producción audiovisual
Albacete y Menkes	Albacete und Menkes	Retención	1	05:32	Celebridades
El Strong	Al Strong	Error de traducción ¹²	1	05:45	Nombres comerciales/institucionales
<i>Vis a Vis</i>	Vis a Vis	Retención	1	07:42	Producción audiovisual
Adam Jezierski	Adam Jezierski	Retención	1	07:51	Celebridades

¹² Ver nota al pie número 11.

Raquel Meroño	Raquel Meroño	Retención	1	07:57	Celebridades
Renfe	Bahnhof	Generalización	1	09:17	Nombres comerciales/institucionales
Rumbo	Last-Minute-Angebote	Generalización	1	10:35	Nombres comerciales/institucionales
Valladolid	Valladolid	Equivalente oficial	1	10:40	Toponimia
la Complutense	Complutense Uni	Especificación (adición)	1	11:28	Nombres comerciales/institucionales
Laura Cepeda	Laura Cepeda	Retención	1	12:44	Celebridades
Najwa	Najwa	Retención	1	15:45	Celebridades
Amaia Montero	Amaia Montero	Retención	1	16:27	Celebridades
Los 40, la Kiss	Pop, Rock	Generalización	1	17:41	Nombres comerciales/institucionales
Los Goya	die Goya Awards	Especificación (adición)	1	18:38	Eventos y premios
Achero Mañas	Achero Mañas	Retención	1	18:47	Celebridades
Madrid	Madrid	Equivalente oficial	1	19:02	Toponimia
Toni Acosta	Toni Acosta	Retención	2	01:50	Celebridades
«Física y Química»	Física y Química	Retención	2	03:20	Producción audiovisual
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	2	03:40	Celebridades
Silke	Silke	Retención	2	04:00	Celebridades
Carmen Machi	Carmen Machi	Retención	2	04:06	Celebridades
Carmen Sevilla	Carmen Sevilla	Retención	2	04:07	Celebridades
<i>Mar de Plástico</i>	Mar de Plástico	Retención	2	04:38	Producción audiovisual
tigretones	Schokobrötchen	Generalización	2	05:13	Gastronomía
vecinita	∅	Omisión	2	05:37	Otros

FHM	Magazin FHM	Especificación (adición)	2	05:38	Nombres comerciales/institucionales
vecinitas de FHM	Mädchen in dem Magazin	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	2	05:42	Otros
Hiba Abouk	Hiba Abouk	Retención	2	06:03	Celebridades
<i>El Príncipe</i>	El Príncipe	Retención	2	06:34	Producción audiovisual
Amaia Salamanca	Amaia Salamanca	Retención	2	09:43	Celebridades
<i>SMS</i>	SMS-Serie	Especificación (adición)	2	09:47	Producción audiovisual
Elena Anaya	Elena Anaya	Retención	2	14:33	Celebridades
Eduardo Noriega	Eduardo Noriega	Retención	2	14:38	Celebridades
Fele	Fele	Retención	2	14:39	Celebridades
Macarena Gómez	Macarena Gómez	Retención	2	15:17	Celebridades
bollycao	Nachtisch	Sustitución (paráfrasis situacional)	2	16:50	Gastronomía
<i>Velvet</i>	Velvet	Equivalente oficial	2	17:47	Producción audiovisual
Mariona Terés	Mariona Terés	Retención	3	00:06	Celebridades
Camilla Isola	Camilla Isola	Retención	3	00:27	Celebridades
<i>Los Borgia</i>	Die Borgias	Retención	3	00:34	Producción audiovisual
Belinda Washington	Belinda Washington	Retención	3	03:23	Celebridades
<i>¡Ala... Dina!</i>	die Serie Ala... Dina!	Especificación (adición)	3	04:53	Producción audiovisual
Navarrete	Navarrete	Equivalente oficial	3	07:12	Toponimia
<i>B&B</i>	B&B	Retención	3	09:06	Producción audiovisual
<i>Rex, un policía diferente</i>	Rex, un policía diferente	Retención	3	10:30	Producción audiovisual

<i>Ana y los siete</i>	Ana y los 7	Retención	3	10:33	Producción audiovisual
Yon González	Yon González	Retención	3	13:51	Celebridades
empanadillas	Pasteten	Sustitución cultural	3	20:32	Gastronomía
Luis San Narciso	Luis San Narciso	Retención	4	02:31	Celebridades
Gallina Blanca	"Gallina Blanca"	Retención	4	03:25	Nombres comerciales/institucionales
Barcelona	Barcelona	Equivalente oficial	4	03:35	Toponimia
Alterio	Alterio	Retención	4	05:18	Celebridades
Eduardo Casanova	Eduardo Casanova	Retención	4	08:00	Celebridades
<i>Aída</i>	Aída	Retención	4	08:02	Producción audiovisual
Natalia Molina	Natalia Molina	Retención	4	11:10	Celebridades
Ángela Molina	Ángela Molina	Retención	4	12:21	Celebridades
Boadilla del Monte	∅	Omisión	5	00:27	Toponimia
la ECAM	die Filmhochschule Madrid	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	5	00:43	Nombres comerciales/institucionales
Topacio	Topacio	Retención	5	01:32	Celebridades
Actriz Revelación	beste Newcomerin	Especificación (explicitación)	5	02:13	Eventos y premios
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	5	04:00	Celebridades
<i>El palomo cojo</i>	El palomo cojo	Retención	5	04:02	Producción audiovisual
Cristina Blanco	Cristina Blanco	Retención	5	04:10	Celebridades
María Rosa Cobo	María Rosa Cobo	Retención	5	04:13	Celebridades
Antonio Albella	Antonio Albella	Retención	5	06:53	Celebridades

el Feroz	der Feroz Award	Especificación (adición)	5	07:57	Eventos y premios
el Forqué	der Forqué Award	Especificación (adición)	5	07:59	Eventos y premios
Fernando González Molina	Molina	Retención	5	10:35	Celebridades
Doritos	eine Tüte Chips	Generalización	5	15:13	Gastronomía
torreznos	Bauernfrühstück	Sustitución cultural	5	19:10	Gastronomía
quicos	Mais	Generalización	5	19:13	Gastronomía
Larios	Larios	Retención	5	19:17	Gastronomía
Acacias	∅	Omisión	5	21:06	Producción audiovisual
Dulceida	Dulceida	Retención	5	23:53	Celebridades

ANEXO III. TRADUCCIÓN DE RCE AL ITALIANO

Español	Italiano		Localización		Tipo de referente cultural
	TO	TM	Estrategia de traducción	Episodio	
<i>Woman on Top</i>	∅	Omisión	1	00:17	Producción audiovisual
Penélope Cruz	Penélope Cruz	Retención	1	00:17	Celebridades
Macarena García	Macarena García	Retención	1	00:53	Celebridades
Getafe	Getafe	Equivalente oficial	1	01:36	Toponimia
<i>El niño invisible</i>	El niño invisible	Retención	1	01:44	Producción audiovisual
<i>A las 11 en casa</i>	A las 11 en casa	Retención	1	01:48	Producción audiovisual
<i>¡Ala... Dina!</i>	¡Ala... Dina!	Retención	1	01:49	Producción audiovisual
<i>Diez en Ibiza</i>	Diez en Ibiza	Retención	1	01:51	Producción audiovisual
Seminci	festival di Seminci	Especificación (adición)	1	02:18	Eventos y premios
Lidia San José	Lidia San José	Retención	1	02:20	Celebridades
<i>Pasapalabra</i>	i quiz televisivi	Generalización	1	03:10	Producción audiovisual
<i>Puente Viejo</i>	Puente Viejo	Retención	1	03:33	Producción audiovisual
Albacete y Menkes	Albacete e Menkes	Retención	1	05:32	Celebridades
El Strong	Al Strong	Error de traducción ¹³	1	05:45	Nombres comerciales/institucionales
<i>Vis a Vis</i>	Vis a Vis	Retención	1	07:42	Producción audiovisual

¹³ Ver nota al pie número 11.

Adam Jezierski	Adam Jezierski	Retención	1	07:51	Celebridades
Raquel Meroño	Raquel Meroño	Retención	1	07:57	Celebridades
Renfe	stazione	Generalización	1	09:17	Nombres comerciales/institucionales
Rumbo	biglietti last-minute	Generalización	1	10:35	Nombres comerciales/institucionales
Valladolid	Valladolid	Equivalente oficial	1	10:40	Toponimia
la Complutense	la Complutense	Retención	1	11:28	Nombres comerciales/institucionales
Laura Cepeda	Laura Cepeda	Retención	1	12:44	Celebridades
Najwa	Najwa	Retención	1	15:45	Celebridades
Amaia Montero	Amaia Montero	Retención	1	16:27	Celebridades
Los 40, la Kiss	Radio Los 40, Kiss FM	Especificación (adición)	1	17:41	Nombres comerciales/institucionales
Los Goya	il premio Goya	Especificación (adición)	1	18:38	Eventos y premios
Achero Mañas	Achero Mañas	Retención	1	18:47	Celebridades
Madrid	Madrid	Equivalente oficial	1	19:02	Toponimia
Toni Acosta	Toni Acosta	Retención	2	01:50	Celebridades
«Física y Química»	Física o Chimica	Equivalente oficial	2	03:20	Producción audiovisual
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	2	03:40	Celebridades
Silke	Silke	Retención	2	04:00	Celebridades
Carmen Machi	Carmen Machi	Retención	2	04:06	Celebridades
Carmen Sevilla	Carmen Sevilla	Retención	2	04:07	Celebridades
<i>Mar de Plástico</i>	Mar de Plástico	Retención	2	04:38	Producción audiovisual
tigretones	dolci	Generalización	2	05:13	Gastronomía

vecinita	ragazza FHM	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	2	05:37	Otros
FHM	FHM	Equivalente oficial	2	05:38	Nombres comerciales/institucionales
vecinitas de FHM	ragazze FHM	Sustitución (paráfrasis con transmisión de sentido)	2	05:42	Otros
Hiba Abouk	Hiba Abouk	Retención	2	06:03	Celebridades
<i>El Príncipe</i>	Il Principe - Un amore impossibile	Equivalente oficial	2	06:34	Producción audiovisual
Amaia Salamanca	Amaia Salamanca	Retención	2	09:43	Celebridades
SMS	SMS	Retención	2	09:47	Producción audiovisual
Elena Anaya	Elena Anaya	Retención	2	14:33	Celebridades
Eduardo Noriega	Eduardo Noriega	Retención	2	14:38	Celebridades
Fele	Fele	Retención	2	14:39	Celebridades
Macarena Gómez	Macarena Gómez	Retención	2	15:17	Celebridades
bollycao	gelato	Sustitución (paráfrasis situacional)	2	16:50	Gastronomía
<i>Velvet</i>	Velvet	Equivalente oficial	2	17:47	Producción audiovisual
Mariona Terés	Mariona Terés	Retención	3	00:06	Celebridades
Camilla Isola	Camilla Isola	Retención	3	00:27	Celebridades
<i>Los Borgia</i>	I Borgia	Retención	3	00:34	Producción audiovisual
Belinda Washington	Belinda Washington	Retención	3	03:23	Celebridades
<i>¡Ala... Dina!</i>	¡Ala... Dina!	Retención	3	04:53	Producción audiovisual

Navarrete	Navarrete	Equivalente oficial	3	07:12	Toponimia
<i>B&B</i>	B&B	Retención	3	09:06	Producción audiovisual
<i>Rex, un policía diferente</i>	Rex	Equivalente oficial	3	10:30	Producción audiovisual
<i>Ana y los siete</i>	Ana y los 7	Retención	3	10:33	Producción audiovisual
Yon González	Yon González	Retención	3	13:51	Celebridades
empanadillas	frittelle	Sustitución cultural	3	20:32	Gastronomía
Luis San Narciso	Luis San Narciso	Retención	4	02:31	Celebridades
Gallina Blanca	un brodo	Generalización	4	03:25	Nombres comerciales/institucionales
Barcelona	Barcelona	Equivalente oficial	4	03:35	Toponimia
Alterio	Alterio	Retención	4	05:18	Celebridades
Eduardo Casanova	Eduardo Casanova	Retención	4	08:00	Celebridades
<i>Aída</i>	Aída	Retención	4	08:02	Producción audiovisual
Natalia Molina	Natalia Molina	Retención	4	11:10	Celebridades
Ángela Molina	Ángela Molina	Retención	4	12:21	Celebridades
Boadilla del Monte	Boadilla del Monte	Equivalente oficial	5	00:27	Toponimia
la ECAM	la ECAM	Retención	5	00:43	Nombres comerciales/institucionales
Topacio	Topacio	Retención	5	01:32	Celebridades
Actriz Revelación	Attrice Rivelazione	Traducción directa	5	02:13	Eventos y premios
Miguel Ángel Muñoz	Miguel Ángel Muñoz	Retención	5	04:00	Celebridades
<i>El palomo cojo</i>	El palomo cojo	Retención	5	04:02	Producción audiovisual
Cristina Blanco	Cristina Blanco	Retención	5	04:10	Celebridades

María Rosa Cobo	María Rosa Cobo	Retención	5	04:13	Celebridades
Antonio Albella	Albella	Retención	5	06:53	Celebridades
el Feroz	il premio Feroz	Especificación (adición)	5	07:57	Eventos y premios
el Forqué	il Forqué	Retención	5	07:59	Eventos y premios
Fernando González Molina	González Molina	Retención	5	10:35	Celebridades
Doritos	patatine	Generalización	5	15:13	Gastronomía
torreznos	ciccioli	Sustitución cultural	5	19:10	Gastronomía
quicos	mais	Generalización	5	19:13	Gastronomía
Larios	Larios	Retención	5	19:17	Gastronomía
Acacias	Acacias	Retención	5	21:06	Producción audiovisual
Dulceida	Dulceida	Retención	5	23:53	Celebridades