



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

DEPARTAMENTO DE FROLOGÍA INGLESA Y ALEMANA Y DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN
INGELES ETA ALEMANIAR FILOLOGI ETA ITZULPENGINTZA ETA INTERPRETAZIOKO SALA

TRASVASES CULTURALES:

LITERATURA
CINE
TRADUCCIÓN

3

Eds.: Eterio Pajares
Raquel Merino
J. M. Santamaría

Servicio Editorial
UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO



Argitalpen Zerbitzua
EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA

La publicación de este volumen ha sido posible gracias al patrocinio de:

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Departamento de Cultura de la Diputación Foral de Álava
Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco
Departamento de Filología Inglesa y Alemana y de Traducción e Interpretación

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopiado, sin permiso previo y por escrito de la entidad editora, sus autores o representantes legales.

Debekatuta dago liburu hau osorik edo zatika kopiatzea, bai eta berorri tratamendu informatikoa ematea edota liburua ezein modutan transmititzea, dela bide elektronikoz, mekanikoz, fotokopiaz, erregistroz edo beste edozein eratarata, baldin eta *copyrightaren* jabeek ez badute horretarako baimena aurretik eta idatziz eman.

© Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua

Portada/Azala: Sixto González

I.S.B.N.: 84-8373-356-0

Depósito Legal/Lege Gordailua: BI-1569-01

Composición/Konposizioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua

Impresión/Inprimatzea: Itxaropena, S.A.
Araba Kalea, 45 - 20800 Zarautz (Gipuzkoa)

Consideraciones sobre la traducción de las referencias culturales subordinadas

Adrián Fuentes Luque
Universidad de Cádiz

El presente trabajo pretende exponer y analizar algunos de los problemas con que se encuentra el traductor al abordar los distintos tipos de géneros textuales de la esfera de la traducción subordinada: canciones, publicidad, cómics, subtitulación, doblaje, multimedia. Esta es una parcela de la traducción que merece especial atención, en primer lugar por no haber sido tratada con demasiada frecuencia ni exhaustividad, y porque así lo exigen una sociedad y unos mercados cada vez más activos e interrelacionados. Ilustraremos nuestra exposición con ejemplos de referencias culturales concretas que nos permitan acercarnos con mayor determinación a la traducción de una referencia cultural, en lugar de dejar que su idiosincrasia se escape o llegue sólo a medias al destinatario final. Los casos son numerosos y diversos: términos deportivos en deportes hasta ahora poco frecuentes en las pantallas, adaptación publicitaria, el hipotético doblaje de una corrida de toros o la subtitulación de una película de Almodóvar, interpretación simultánea en cine o televisión, traducción de los títulos de las películas (algo que parece tan caprichoso y hasta risible a veces), la subtitulación intralingüística para sordos, los nombres de instituciones en series como *Yes, Minister* o *Los Simpson*, terminología especializada en otras como *Star Trek* o en Internet.

Cultura, referencia cultural y traducción subordinada:

El Diccionario Espasa define «cultura» como el «conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos, grados de desarrollo artístico, científico, industrial, etc., de una época o grupo social». Esta definición, más o menos completa, plantea dos cuestiones de remisión directa a la traducción. De un lado, la temporalidad cultural de un texto, fílmico o de cómic en este caso, con

los consiguientes problemas de validez y actualización. Por otra parte, en cuanto al grupo social en cuestión, se pueden dar situaciones de universalidad socio-cultural, pero también de opacidad cultural entre distintos grupos sociales de una misma lengua.

La dicotomía traducibilidad-intraducibilidad es uno de los debates más recurrentes en el mundo de la traducción. Opinamos, como Snell-Hornby (1988:30), que no se trata tanto del debate radical posible-imposible, sino de una gradación más sutil, que dependerá, entre otros, del contexto situacional, del tipo y el nivel de marcación cultural existente, y de la proximidad cultural entre los dos grupos de hablantes en cuestión.

El problema de la traducción subordinada, audiovisual y de cómics en este caso, es que existe un soporte visual, estático (cómico) o en movimiento (doblaje, subtitulación), que determina de un modo absoluto el proceso de trasvase comunicativo de una lengua, y sobre todo, de una cultura, a otras. Todos los rasgos étnicos, religiosos, políticos, etc., propios no ya de una comunidad hablante, como pueda ser el inglés o el español, sino de una comunidad cultural, se imbrican en el icono, en la imagen, condicionando el producto traducido final. En palabras de Whitman-Linsen (1992:125), «the problem is that the image is inviolable. Scenes cannot be re-shot for the sake of confronting the new audience with familiar setting and stories». Al menos en el caso audiovisual, la imagen no se puede cambiar, por lo que cuando, por ejemplo, aparezcan imágenes de la familia *Simpson* discutiendo sobre la conveniencia de comprar en el *Kwik-E-Mart* del pueblo (en alusión a los K-Mart, un tipo de supermercados de EE.UU.), no podremos cambiar los dibujos por otros con la imagen de un supermercado *Día*. Sin embargo, sí que hemos podido encontrar un ejemplo de traducción de un cómic de Asterix (en este soporte es más fácil y viable), *Astérix chez les Helvètes / Asterix in Switzerland* (1989), en el que se ha cambiado una imagen en la versión inglesa respecto al original en francés, sustituyendo un poco conocido muñeco, quizá representativo en la cultura origen, por un rollizo muñeco de Michelin en la versión inglesa.

Algunas series de televisión, especialmente las denominadas «comedias de situación», deben su éxito en el país o la cultura de origen precisamente al hecho de que permiten al receptor (espectador) una identificación clara e inmediata con el referente cultural expuesto. Esa marcación cultural, ya sea en forma de comportamiento social (por ejemplo, en la famosa serie estadounidense *Seinfeld*, donde los personajes aparecen discutiendo airadamente con la camarera de un *diner*, típico restaurante en EE.UU.), identificación nacional (como en referencias muy determinadas culturalmente y enmarcadas en un código específico más o menos políticamente correcto o eufemístico: *African-american*, *Hispanic-american*, *Native-american*, etc.), marcación institucional (*Tonight Show with Jay Leno*, *Old Bailey*, *Prom* o *Halloween*, instituciones con sus rituales y costumbres; términos deportivos autóctonos como *home run* o

touch down, etc.) implica por un lado una dificultad añadida para el traductor, sí, pero también supone un valor añadido de difusión y conocimiento de las referencias culturales en cuestión en los receptores de la lengua y cultura meta, aunque estas lleguen difuminadas y dispersas en cierto modo por la natural e inevitable pérdida de contenido y carga de identificación cultural.

La presencia del inevitable **ruido cultural** es, pues, garantía de trasvase cultural y certificado de comunicación. El grado de ruido, o trasvase de comunicación efectiva vendrá determinado por la presencia, frecuencia, conocimiento, familiaridad, y «**permeabilidad estereotípica**» de los receptores de la lengua y cultura metas. Acuñamos este término como el nivel de disposición o actitud social de receptividad de los receptores (espectadores, lectores) hacia la progresiva disolución o asimilación de marcadores estereotípicos socioculturales. La frecuencia de aparición y el factor tiempo calan en esa permeabilidad del receptor, que en muchos casos acaba reconociendo determinados elementos ajenos a la propia cultura o contexto social, incorporándolos a los propios esquemas lingüístico-culturales.

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

La **publicidad** también aparece fuertemente determinada por la presencia de referencias culturales, y se explotan de diferente forma los estereotipos. Sin embargo, y debido principalmente a factores mercadotécnicos, en la mayoría de los casos se opta por realizar anuncios publicitarios completamente distintos para mercados y culturas diferentes, atendiendo a motivaciones psicológicas, culturales, sociales, etc. del entorno étnico, religioso o político de los receptores meta (p.ej., en países africanos en los anuncios de Marlboro aparece un vaquero negro, en lugar de uno blanco, en un intento de adaptar y favorecer la identificación del receptor con el mensaje).

Las referencias culturales en el medio audiovisual, ya sea doblaje o subtítulos, encuentran muy diferentes formas de tratamiento. Así, como ejemplo extremo, en el doblaje simultáneo que se realiza en muchos países del Este de Europa, en el que no existe casi ningún tipo de convención ni se atiende a criterios de sincronía de contenido, fonética o de caracterización, el espectador oye una sola voz encargada de verbalizar en la lengua término todos los diálogos de todos los personajes, a quienes se escucha de fondo en el idioma original. El resultado es, obviamente, cuando menos desagradable y poco definido desde el punto de vista informativo: se pierde el contenido y la caracterización al encargarse una sola voz, generalmente masculina, de todos los personajes, lo que

conlleva la consiguiente pérdida de contenido e información en general, y cultural en particular. Tampoco existe sincronía fonética alguna, con una presencia constante de ruido de fondo (la banda sonora original), que a su vez aumenta la perturbación del ruido cultural. La imagen y el texto en imagen (cuando existen) quedan como únicos referentes para poder discernir alguna indicación relacionada con la referencia cultural, resultando en una comprensión limitada, un trasvase cultural y comunicativo fallido, y en una pérdida de mensaje. En otras ocasiones, la referencia cultural de contenido, de mensaje, puede quedar perfectamente cubierta en el trasvase puramente traductivo, pero aparecer limitada en aspectos colaterales e inherentes a la cultura, como en el caso del doblaje de ciertas películas o series de origen estadounidense al español. Así, en las series *Miami Vice (Corrupción en Miami)* y *The X-Files (Expedientes X)*, se decidió cambiar la caracterización de las voces de los personajes, atendiendo a criterios de caracterización cultural y vistiendo a los protagonistas que aparecen con voces mucho más viriles que en el original. Que sepamos, este criterio se ha seguido al menos en España, Italia y en varios países de Latinoamérica, con el argumento de que «la caracterización de las voces originales no era propia de la cultura término».

La **marcación espacio-temporal** de la referencia, en el marco de contexto sociocultural del soporte subordinado también es otro elemento en juego. El impacto de las referencias culturales incluidas en una serie sobre Vietnam o en la película *Salvar al soldado Ryan (Saving Private Ryan)*, de Steven Spielberg, (1998) no es el mismo para un hispanohablante que para un estadounidense. En un sentido parecido, a la inversa, podemos comentar el ejemplo de la película española *Airbag* (Juanma Bajo Ulloa, 1997). Es una película extremadamente marcada desde el punto de vista cultural, que puede llegar a resultar incomprendible en un primer momento vista en versión original, y casi intraducible. El doblaje puede reflejar la información social, cultural o humorística contenida en el film, aunque sólo hasta cierto punto, dada la constante presencia de referencias culturales, muchas de las cuales pasan desapercibidas no ya a foráneos, sino incluso a oriundos hispanos. Así, la presencia de un *lehendakari* negro en una boda de una familia acomodada vasca puede parecer en principio tan sólo un chiste visual basado en el humor del absurdo. Sin embargo, la referencia cultural es mucho más profunda, con una gran carga de crítica política y social (incrementada si tenemos en cuenta que el propio director es vasco). Tampoco quedaría mejor explicitada de modo escrito en una versión subtitulada, al contrario, la pérdida seguiría existiendo. Algo similar, aunque en un contexto diferente, sucede con las películas de Woody Allen, repletas de referencias culturales muy marcadas. Las alusiones a Nueva York, a determinados principios y valores de la sociedad americana, y más concretamente al estrato sociocultural judío progresista medio son constantes. La identificación de nombres, instituciones, situaciones, lugares, etc. en la cultura origen es inmediata,

pero en la traducción se produce un desfase de transmisión a la cultura meta, no sólo a la lengua de destino, sino incluso en el seno del propio idioma, hacia un contexto sociocultural diferente o ajeno al entorno del autor. En todo caso, Woody Allen es uno de los pocos directores que, junto a Bertolucci y los ya desaparecidos Fellini y Kubrick, se preocupan por el trasvase cultural de sus películas, y supervisa el proceso de doblaje.

Los **títulos de series de televisión o películas** tampoco escapan a esta situación (Fuentes, 1996). Un ejemplo de ello lo tenemos en la película *Todos los hombres del presidente* (*All the President's Men*, 1976). La función descriptiva o referencial de Nord (1994), describe el texto o alguno de sus aspectos extra o intratextuales. Esta función es muy interesante desde el punto de vista de la traducción, y más concretamente de los aspectos metalingüísticos o temáticos que encierra el título original, ya que el bagaje cultural del receptor de la cultura meta puede diferir grandemente del de la cultura origen. Así, en *All the President's Men*, se optó por una traducción literal (*Todos los hombres del presidente*), quizá perdiéndose en la cultura meta la clara alusión del título a la frase de Alicia en el país de las maravillas («Humpty Dumpty sat on a wall / Humpty Dumpty had a free fall / all the King's horses / and all the King's Men / couldn't put Humpty together again»). En la misma línea, tenemos un chiste del humorista gráfico Gary Larson, dibujante del conocido *Far Side*, donde se muestra a un huevo gigante roto con la cara de Humpty Dumpty dibujada en él, y del que sale un fiero pájaro prehistórico que mira mal a dos soldados. Uno de ellos le dice asustado al compañero «*Look... You wanna try putting him back together again?*». El receptor anglosajón capta inmediatamente la referencia, pero su traducción sin más puede dejar impasible al lector de otra lengua/cultura meta, hispano en este caso. Las referencias propias y cercanas a la cultura origen presentes en el título pierden capacidad semiótica y significado cultural en el trasvase o en la adaptación al nuevo título, cuando no se pierde por completo al darle uno nuevo y diferente. El espectador americano tendrá un referente informativo inmediato al ver que una película se llama *Air Force One* (1997) (nombre del avión presidencial estadounidense) o *Murder at 1600* (1997) (el número 1600 de Pennsylvania Avenue es la dirección de la Casa Blanca, residencia del presidente de los Estados Unidos), algo que escapará en primera instancia en español, donde se ha mantenido en inglés.

El **lenguaje tabú** es otro factor muy interesante a tener en cuenta en la traducción de los referentes culturales. Los distintos idiomas articulan sus expresiones de lenguaje tabú en torno a sistemas de referencia diferentes. Así, en alemán estas expresiones se circunscriben casi exclusivamente a códigos de índole escatológica; en inglés sucede algo parecido, además de utilizar distintas derivaciones de contenido sexual sobre el grupo lexemático *fuck*. El español, por el contrario, utiliza sistemas de referencias pertenecientes a las esferas de la religión, la familia y el sexo. Ilustrémoslo con un ejemplo: en la película de Quen-

tin Tarantino *Pulp Fiction* (1994), el tratamiento del lenguaje tabú es completamente distinto en las versiones original y doblada. En nuestra opinión, hay más diversidad y riqueza lingüística en la versión doblada. Existe una mayor carga fática. En este caso, de algún modo, se completa el círculo, ya que el film parece estar basado en una novela latinoamericana escrita originalmente en español y ambientada en Colombia, y el lenguaje original poseería una carga fática y una marcación cultural obviamente mucho más parecida a la de la versión doblada en español final.

Coincidimos, no obstante, con la afirmación de Whitman-Linsen (1992:133), refiriéndose a las alusiones o referencias marcadas culturalmente:

allusions which bear meaning only to the source language audience, have no equivalent in the target language and cannot be expected to be familiar in their original form, for example, the Boston Tea Party. (...) however, it allows for references which, owing to their widespread usage and exposure, can still be retained in the translated text, for example, the House of Lords. Moreover, many of the culturally linked references are retained since they serve the function of conveying the flavor of the local milieu.

Al hablar de **efectividad funcional** y de la **vigencia temporal** de la traducción, discrepamos en cuanto a las limitaciones de determinados procedimientos de traducción en la traducción subordinada. En este sentido, el maestro Mayoral (1995) opina que «la equivalencia cultural ve sus posibilidades muy reducidas dado que la existencia de la imagen marcada culturalmente provoca casi siempre incompatibilidades culturales apreciables por el espectador con suma facilidad y que pueden terminar con la verosimilitud de la película». Pensamos que esto es cierto sólo hasta cierto punto. La tendencia actual generalizada, especialmente en traducción audiovisual, gira en torno a buscar una traducción efectiva o funcional (Fuentes, 1997). Esta puede ser en forma de reformulación completa del pasaje marcado culturalmente y donde se consigue la reacción cultural, por ejemplo humorística, en ambos receptores. Esta es, evidentemente, la situación ideal. Podría existir un supuesto más, donde el traductor consigue superar la situación humorística del original, aunque esta posibilidad no ocurre con frecuencia. Suele darse en situaciones donde el traductor crea una situación jocosa como sustitución a algo que se ha visto obligado a omitir. Es el caso, por ejemplo, de la popular serie televisiva *El príncipe de Bel Air*, en la que el traductor optó por introducir referencias a cierto humorista malagueño cuya sola mención provoca al menos una sonrisa. Cabría plantearse si esto, en términos contextuales, no es del todo ortodoxo, ya que se introducen referencias culturales extrañas en un contexto y un entorno del todo ajeno a ellas. Sin embargo, el traductor decidió anteponer los objetivos prioritarios del texto, en este caso, hacer reír, conseguir el efecto humorístico, y desde ese punto de

vista, nos parece acertado haber traspasado los límites de ese modo. Los efectos secundarios están, por supuesto, relacionados con la **vigencia espacio-temporal** de dicha solución. La validez de una estrategia traductiva tan eficaz y funcional es muy limitada si se traslada a otro contexto espacio-temporal (pensemos, por ejemplo, en la validez de este procedimiento cuando repongamos la serie dentro de unos años).

BIBLIOGRAFÍA:

- FUENTES, A. (1998). «Humor, cine y traducción», en *Estudios sobre Traducción e Interpretación*, FELIX, L. y ORTEGA, E. (eds.). Málaga: CEDMA.
- . (1996). «Funcionalidad y fidelidad en la traducción de los títulos de las películas», en *Estudios sobre Traducción e Interpretación*, FELIX, L. y ORTEGA, E. (eds.). Málaga: CEDMA.
- HATIM, B. y MASON, I. (1995). *Teoría de la traducción*. Barcelona: Editorial Ariel.
- NORD, C. (1994). «Las funciones comunicativas y su realización textual en la traducción», en *Sendebare*, vol. 5, 85-103.
- MAYORAL, R. et al. (1988). «Concept of Constrained Translation. Non-Linguistic Perspectives of Translation», en *Meta*, XXXIII, 3, p. 356-367.
- MAYORAL, R. (1995). *La traducción para doblaje de películas, traducción «impura»*, II Seminario Hispano-Ruso de Traducción e Interpretación. Facultad de Traducción en Interpretación. Granada.
- SNELL-HORNBY, M. (1988). *Translation Studies*. Amsterdam: John Benjamins.
- TITFORD, C. (1982). «Subtitling: Constrained Translation», en *Lebende Sprachen*, III, p. 113-116.
- WHITMAN-LINSEN, C. 1992. *Through the Dubbing Glass*. Frankfurt: Peter Lang.